

Alles neu bei Quadral

Aufgrund eines Management Buy-Outs Ende 2008 ist bei Quadral in Hannover nun die „Next Generation“ am Ruder. Und das merkt man deutlich

Seit 2009 weht am Herrenhäuser Bahnhof ein anderer Wind. Der Neubeginn war eng verbunden mit der Idee einer jungen Generation.

So zeichnet Volker Schwerdtfeger für den Export, Stefan Eisenhardt für Produktmanagement/Vertrieb und Björn Semmelhaack für Innendienst, EDV, Presse, Werbung und Controlling verantwortlich. Als Glücksgriff gelang zudem die Verpflichtung Sascha Reckerts, der zuvor bei Adam Audio war, als Entwicklungschef. Er muss sich hinter früheren Quadral-Koryphäen wie Helmut Schaper oder Berndt Stark nicht verstecken. Lediglich Edmond Semmelhaack, bei dem die Fäden zusammenlaufen, ist als erfahrener „Senior“ noch unmittelbar an den Entscheidungen beteiligt, die aber demokratisch-kollegial „nach Köp-



Die Führungsriege der „neuen Quadral“ (von links nach rechts): Stefan Eisenhardt (Vertrieb Deutschland), Sascha Reckert (Entwicklungschef), Volker Schwerdtfeger (Export), Edmond Semmelhaack (Geschäftsführer) und Björn Semmelhaack (Assistent der Geschäftsleitung), hinzu kommen 15 Mitarbeiter und der Außendienst

fen“ und keineswegs „nach Anteilen“ gefällt werden. Man spürt diesen neuen, jüngeren Geist mit freundlicher Unterneh-

menskultur tatsächlich überall. Seitdem geht es denn auch buchstäblich Schlag auf Schlag.

Neuausrichtung total

Schon 2009/2010 wurde das gesamte Lautsprecherprogramm modernisiert, auch die „Aurum“-Baureihe bekam wieder ein ansprechenderes Design. 2011, rechtzeitig zum 30. Jubiläum der Titan, schloss man schließlich auch die Entwicklung des neuen Flaggschiffes – der achten Generation dieses Lautspeakers – ab.

Im Zuge des vollständigen Resets wurden sämtliche Lieferanten durchleuchtet, einige in Fernost auch ausgelistet. Höchste Qualitätsansprüche, auch in Sachen Verarbeitung, Oberflächen und nicht zuletzt „Woman Acceptance Factor“ sollen fortan (verstärkt) gelten. Am Produkti-

Die imposanten Firmengebäude in Hannover-Herrenhausen sind Zeugen einer 40-jährigen Erfolgsgeschichte. Jeder HiFi-Freund kennt Produkte von Quadral, aber auch die Marken Micro Seiki oder Luxman, die hier vertreten wurden



onsstandort Deutschland für die Top-Baureihe „Aurum“ wird festgehalten. Und die neue Philosophie trägt Früchte.

Man möchte weg von der Importabhängigkeit, deshalb forciert man nun gleichzeitig Märkte in Ost und Fernost, aber auch Holland und vor allem England, das für fremde Lautsprecherhersteller als fast uneinnehmbar gilt. Hier konnte man schon sensationell erfolgreiche Tests einfahren, was einiges Aufsehen erregte.

In Deutschland konnte Quadral neben Top-Tests 2010 Industrieform-Designpreise für die Modelle Aurum Wotan und die Platinum M4 einheimen.

Streng fachhandelsorientiert

Auch vertriebspolitisch will die junge Mannschaft, die sich selbst an den Wochenenden auf Messen und Workshops engagiert, eindeutig positionieren.

Für die Distribution der seit 2011 lieferbaren, in Deutschland entwickelten und gefertigten Aurum-HiFi-Komponenten sollen trotz massiver Begehrlichkeiten ausschließlich Fachhandelspartner infrage kommen. Eine Vor-/Endverstärker-Kombination befindet sich bereits in der Entwicklung. „Solche hochwertigen Produkte funktionieren in der Fläche

nicht“, so Edmond Semmelhaack: „Kompetenz braucht Kompetenz.“

Einige erste Adressen der Händlerschaft, darunter etwa Max Schlundt in Berlin, sind bereits im Boot, andere im interessierten Gespräch.

Dasselbe gilt, mit streng handverlesenen Ausnahmen, für die Aurum-Laut-



Jüngster Wurf: „Made in Germany“, gut durchdacht und klanglich absolut superb: Aurum CD-Spieler C5 und Vollverstärker A5

sprecher. Es werden für Aurum nicht einmal dann Märkte gelistet, wenn es im weiteren Umkreis (noch) keinen Händler gibt. Die „neue“ Quadral will wieder ein kompetenter, verlässlicher Fachhandelspartner sein. Fehler der Vergangenheit, in der dies vernachlässigt wurde, sieht die neue Mannschaft, auch wenn sie dafür nicht verantwortlich war, ein.

„Uns kommt es darauf an zu zeigen, dass es bei der ‚neuen Quadral‘ tatsächlich nicht um alten Wein in neuen Schläuchen geht. Der Wein ist ein ganz anderer, es ist unser eigener, und wir hängen uns alle voll in die gute Sache rein“, ergänzt Stefan Eisenhardt im Gespräch.

Breites Elektronikspektrum

Die hochklassige Aurum-Elektronik wird flankiert von den ambitionierten französischen Advance Acoustic-Produkten so-

wie seit 2011 wieder Sherwood, die Einstiegsprodukte im Stereo- und A/V-Segment mit besonders gutem Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten. Man kann der überaus sympathischen, zielgerichteten Mannschaft und dem Top-Portfolio nur Erfolg wünschen. Die Zeitenwende ist jedenfalls da!



Eine Lautsprecherlegende geht bereits in die achte Produktgeneration: Quadral's Aurum Titan (2011)

FIRMENHISTORIE

Das Unternehmen Quadral wird am 1. Januar 2012 offiziell 40 Jahre alt. Ge-gründet 1972 in Hannover als all-akustik für das Konsumenten- und all-electronic für das Industriegeschäft, besitzt all-akustik heute die Tochter Quadral, deren Name sich aus der seinerzeit populären „Quadrophonie“-Technologie und „all-akustik“ zusammensetzt. Zu den von all-akustik vertriebenen Produkten gehörten lange die japanischen Micro-Seiki-Plattenspieler sowie die nicht minder legendären Luxman-Geräte. Auch Nakamichi, Scott, Citizen, BIC-Boxen und -Plattenwechsler sowie die heute fast nur noch auf dem Gebrauchtmarkt zu findende Kultmarke Sansui zählten einst zum Portfolio.

Audio- und Videocassetten

Zur absoluten Boom-Zeit der High Fidelity gelang den Hannoveranern mit der Vertriebsübernahme der Magnetspeicher von Fujifilm eine Art Husarenstück. Denn die Audio- und Videocassetten brachten dem Unternehmen und seiner Tochter Deutsche Fuji Tape für ein gutes Jahrzehnt – bis zum Rückwerb durch Fujifilm 1995/96 – enorme Umsätze. Die Firmengebäude in Hannover-Herrenhausen zeugen davon. Der Name Quadral fand sich zeitweise auf PCs, Telefonen, Home- und Car HiFi-Komponenten sowie Satellitenreceivern, im Bereich Satellitenempfang gab es darüber hinaus eine Kooperation mit NEC, und im TV-Segment mischte all-akustik mit „Hisense“-Fernsehern mit. Aus heutiger Sicht wurden auch Fehler gemacht, etwa mit der lange Zeit zu stark betriebenen Großflächenorientierung oder dem Import einiger weniger nicht standesgemäßer Produkte, die nicht zum Image passten. Die eine oder andere sehr gut aufgebaute Premiummarke wie Luxman oder Sansui löste sich zudem aus den Fittichen der all-akustik, um unter eigener Vertriebsflagge dann allerdings alsbald mehr als Federn zu lassen.

Neuanfang zum Jahreswechsel

Ende 2008 kam es durch eine Einigung mit den Altgesellschaftern, darunter federführend die Gründungsmitglieder Hans-Dieter Hoffmann und Horst Ender, sowie unter Vermittlung von Jürgen Brinkmann und Edmond Semmelhaack durch ein Management Buy-Out zur Neuaufstellung des Unternehmens und einen Generationswechsel an der Führungsspitze, der praktisch alle Firmenbereiche bis hin zur Philosophie tangiert.