

NEUER OPTIK-STERN

am schweizerischen

JAGDHIMMEL

Mit dem deutschen Optikspezialisten DDoptics gibt es seit kurzem einen neuen Anbieter für Jagdoptik im Schweizer Markt. Der «Schweizer Jäger» sprach mit dem Geschäftsführer Axel Drescher.



«Schweizer Jäger»: Axel, kannst du dich und deine Firma den Leser/innen des «Schweizer Jäger» kurz vorstellen?

Axel Drescher: Mein Name ist Axel Drescher, Gründer der DDoptics Dresden. Ich führe das Unternehmen gemeinsam mit meiner Frau Constanze als typisches Familienunternehmen.

Unser Produktsortiment umfasst optische Geräte für Jagd, Sport und Freizeit wie Ferngläser, Zieloptiken, Spektive aber auch Nachtsichtgeräte.

Was war für dich ausschlaggebend, eine eigene Optikmarke zu gründen?

Bereits als Kind hat mich das Thema Optik fasziniert. Damals bekam ich von meinen Eltern einen Astronomie-Koffer, mit welchem ich selber experimentieren

«Bereits als Kind hat mich das Thema Optik fasziniert.»

konnte. Vor der Wende war der Optikbereich in der Region Dresden einer der wichtigsten Wirtschaftszweige. Als ich nach meiner Militärlaufbahn Dresden als meine neue Heimat entdeckte, war die Optikbranche in den neuen Bundesländern am Boden und viele hochqualifizierte, auch ältere Spezialisten mit jahrelanger Erfahrung hatten keine Aussicht auf eine Anstellung.

Obwohl die Kaufkraft in der Region noch weit hinterher hinkte, waren die Kunden bezüglich

Qualität doch einen recht hohen Standard gewöhnt. Wir haben damals beschlossen, ein eigenes Fernglas nach unseren Wünschen zu konstruieren und im kleinen Kreis, unter unsern ostdeutschen Jagdkollegen, zu vermarkten. Die Produktion dieses Modells beschränkte sich anfangs auf 100 Stück und traf genau die Bedürfnisse unserer Kunden in der Region – «Gute Qualität, zu leistbaren Preisen». Damit war die DDoptics geboren!

Worauf beruht der Erfolg von DDoptics in diesem eng umkämpften Markt?

Den Erfolg von DDoptics sehe ich in der Kombination mehrerer Faktoren. Hauptfaktoren sind sicherlich unsere Kundennähe und das weitreichende Serviceangebot, wie beispielsweise 30 Jahre Produktgarantie auf alle unsere Produkte.

Der direkte Kundenkontakt wird nicht nur von unseren Kunden hoch geschätzt, sondern ist auch mir persönlich ein grosses

Anliegen, um Bedürfnisse aber auch Kritik unserer Kunden umgehend in die laufende Optimierung unserer Produkte und Serviceleistungen mit einfließen zu lassen.

Der Grossteil unserer Investitionen fliessen nicht in den Vertrieb, das Marketing oder die Verwaltung, sondern in die Entwicklung neuer bzw. verbesserter Produkte. Die meisten unserer Neukunden werden daher auch aufgrund persönlicher Empfehlungen zufriedener DDoptics-Nutzern auf uns aufmerksam.

«Der direkte Kundenkontakt wird nicht nur von unseren Kunden hoch geschätzt.»

Diese eher konservative aber kostensparende und kundenorientierte Expansionspolitik ermöglicht es uns, eine führende Position bei Preis/Leistung mit unseren Produkten einzunehmen und stellt gleichzeitig eine hohe Nachhaltigkeit unserer Umsätze sicher.

Ist DDoptics denn ausschliesslich als Anbieter von Jagdoptik anzusehen, bzw. inwiefern richtest du dich mit deinen Produkten auch an andere Käuferschichten wie beispielsweise Sportschützen?

Zum Thema «Jagdoptik», gehören nach meiner Erfahrung Jäger sicher mit zu den anspruchsvollsten Kunden. Wenn es um Qualität und optische Leistung geht, besteht bei diesem sehr en-

«Jäger gehören sicher mit zu den anspruchsvollsten Kunden.»

gen Kundensegment kaum Kompromissbereitschaft. Dieses hohe Kundenbewusstsein ermöglichte es aber auch, einem noch recht jungen bzw. unbekanntem Anbieter wie DDoptics mit hochwertigen Produkten zu attraktiven Prei-

sen relativ rasch Aufmerksamkeit in der Jäger-Gemeinde zu erlangen. Aus diesem Grund ist der Bereich Jagdoptik seit Unternehmensgründung für uns das wichtigste Marktsegment. Mit unseren Tactical-Zieloptiken bieten wir aber auch für Sportschützen attraktive Produkte und stellen mit unserem DDoptics-Shootingteam sechs Deutsche Meister im jagdlichen Schiessen.

Der Hauptsitz von DDoptics ist bei Dresden in Deutschland. Werden die Produkte auch in Deutschland produziert?

An unseren Hauptsitzen in Dresden und Chemnitz werden neue Optiken entwickelt und es erfolgt die Endmontage, wie beispielsweise der Einbau unseres speziellen Glasfaser Leuchtpunkts, bei sämtlichen Zielfernrohren. Die Basis-Fertigung unserer Produkte erfolgt fast ausschliesslich in Kooperation mit japanischen Lieferanten.

Bisher ist DDoptics vor allem in Deutschland bekannt. Wie siehst du den Schweizer Markt im Vergleich zu deinem Heimatmarkt und mit welchen speziellen Herausforderungen siehst du dich hier konfrontiert?

«Den Schritt in die Schweiz erachte ich als logische Konsequenz.»

Wir erhalten in letzter Zeit vermehrt Anfragen von Schweizer Interessenten und konnten für diese Kunden bisher leider keine optimale Lösung anbieten. Den Schritt in die Schweiz erachte ich, nach unserem Erfolg in Deutschland, aber auch in Österreich, als logische Konsequenz.

Für unsere, speziell in den Schwarzwild-Regionen Deutschlands, sehr beliebten lichtstarken Nachtgläser sehe ich für die Schweizer Bergregionen nur ein eingeschränktes Potential. Für die speziell zur Bergjagd entwickelten leichten und hochauflösenden EDX-Ferngläser der 2012er-See-

rie aber sehe ich in der Schweiz durchaus Bedarf.

Unsere grösste Herausforderung ist die «anfängliche Skepsis» gegenüber einem neuen Anbieter. Das braucht Zeit und ich erwarte hier auch keine Wunder. Mittelfristig, davon bin ich persönlich überzeugt, werden wir uns aber auch in der Schweiz mit unserer Philosophie und dem konsequenten Fokus auf Preis/Leistung durchsetzen.

Sind deine Produkte schon direkt in der Schweiz erhältlich bzw. welche Vertriebsstrategie verfolgst du speziell für die Schweiz?

Ja, unsere Produkte sind inzwischen auch in der Schweiz erhältlich. Der Vertrieb in der Schweiz erfolgt ausschliesslich über ausgesuchte Fachhändler und Büchsenmacher. Das Ziel ist hier nicht, möglichst viele Vertriebspartner zu finden, sondern eine möglichst landesweite Abdeckung mit ein bis zwei Anbietern pro Region sicher zu stellen.

Die von DDoptics sich selber auferlegten qualitativen Mindestanforderungen entsprechen der gehobenen Mittelklasse dieser Produktsegmente. Aus diesem Grund bietet DDoptics keine Billigprodukte für den Massenmarkt an. Abgedeckt wird ausschliesslich der Qualitätsbereich zwischen Gut bis Premiumklasse, zu dem jeweils bestmöglichsten Preis-/Leistungsverhältnis. Damit bietet DDoptics seinen Vertriebspartnern in der Schweiz eine äusserst attraktive Alternative bzw. Ergänzung ihrer bestehenden Sortimente.

Axel, ich bedanke mich für das ausführliche und interessante Gespräch und wünsche dir weiterhin viel Erfolg und Freude in deiner Tätigkeit.

Ich danke dir, Kurt, für das Gespräch und wünsche allen Lesern und Leserinnen und auch dir ein herzliches Weidmannsheil!