WHO IS WHO

IN HIGH FIDELITY

Typen, Storys, Unternehmen – Bd. 1

Personalities, Stories, Enterprises—Vol. 1

Herausgegeben von FIDELITY, Deutschlands großem Magazin für HiFi, High End und Musik

Published by FIDELITY, Germany's Top Magazine for HiFi, High-End and Music

IDC KLAASSEN / Martin Klaassen

Nochmal von vorne
Starting over

lizensiert für: IDC Klaassen International Distribution & Consulting oHG

IDC Klaassen
International Distribution & Consulting oHG

Man möchte meinen, nach 40 Jahren in der Branche und allen Positionen bis hin zum weltweiten Vertriebsleiter und Geschäftsführer kann man es etwas ruhiger angehen lassen. Nicht so Martin Klaassen, der am 1. April 2013 mit der IDC Klaassen International Distribution & Consulting OHG seiner beruflichen Vita ein ganz neues Kapitel hinzufügte.

Der geborene Dortmunder, aufgewachsen ebenda sowie auf Norderney und in Beckum, begann ganz bodenständig mit einer Ausbildung zum Einzelhandelskaufmann für Unterhaltungselektronik. Dem folgte ein paar Jahre später ein berufsbegleitendes Marketing-Studium an der Newport University in Kalifornien, das er mit dem MBA abschloss. Eine ordentliche Grundlage für verantwortungsvolle Positionen bei den Großen der Branche, wie etwa Sony, Harman oder Hitachi. Bei der GP Acoustics Group, zu der übrigens auch der Lautsprecher-Primus Celestion gehört, war Klaassen die letzten zweieinhalb Jahre vor Gründung des eigenen Unternehmens Leiter des weltweit aktiven Vertriebs mit Sitz in Hongkong. Auslöser für die Selbstständigkeit war der Wunsch, den Hauptwohnsitz wieder nach Deutschland zu verlegen und einen HiFi-Vertrieb nach eigenen Wünschen umzusetzen, ohne die Vorgaben eines großen Konzerns im Hintergrund.

Die Frage nach der audiophilen Initialzündung zu beantworten fällt ihm schwer: „Der Mann im Radio hat mich schon immer fasziniert", sagt Klaassen nach einigen Sekunden – zum pathetischen Gründungsmythos taugt das nicht.

Martin Klaassen:

„Der Mann im Radio hat mich schon immer fasziniert." *"The man on the radio always fascinated me."*

Aber zu Zeiten, als in den Geschäften noch eher Musiktruhen denn HiFi-Bausteine feilgeboten wurden, hatte er bereits eine konkrete Vorstellung davon, wie HiFi zu verkaufen und zu vertreiben sei: „Wir brauchen hier ein HiFi-Studio." Über die Jahre hat sich dieser nüchterne Ansatz zu einer differenzierten Vertriebsphilosophie ausgeweitet, die Klaassen so beschreibt: „Ich möchte meine teilweise jahrzehntelang gewachsenen Beziehungen zum Fachhandel für den Verkauf von herausragenden Produkten,

Auslöser für die Selbstständigkeit war der Wunsch, den Hauptwohnsitz wieder nach Deutschland zu verlegen und einen HiFi-Vertrieb nach eigenen Wünschen umzusetzen.

The trigger for his wanting to go self-employed was his wish to relocate his main domicile back to Germany and to run his own hi-fi distribution business.

lizensiert für: IDC Klaassen International Distribution & Consulting oHG

die den Bedürfnissen besonders anspruchsvoller Audio- und Videofans gerecht werden, nutzen."

Zusammen mit Christian Stamms im Innendienst, Mitgesellschafter Uwe Kuphal sowie neun freien Mitarbeitern vertreibt IDC Klaassen die Marken Argon, Audiovector, IsoTek, Q Acoustics, QED und die erst kürzlich dazugestoßenen Analoglaufwerke von AVID. Im Gespräch mit Martin Klaassen wird schnell klar: Seine Leidenschaft für Vertrieb hält sich die Waage mit der für hochwertige Musikwiedergabe. Die Frage nach dem für ihn spannendsten Produkt im Portfolio beantwortet er mit: „Der Fachhandel – und die Musik!" IDC Klaassen will zusammen mit dem Fachhandel spannende und erschwingliche Produkte so positionieren, dass der Endverbraucher die Möglichkeit hat, HiFi wirklich kennenzulernen und sich damit zu beschäftigen. Klaassen ordnet dem Fachhandel eine tragende Rolle zu, gibt aber zu bedenken, dass vertiefte Kenntnis der Materie und Servicebereitschaft die Grundlagen für langfristigen Erfolg sind. Bei Produkten, wie IDC Klaassen sie vertreibt, zählt das Gesamterlebnis des Einkaufs. Dazu gehört auch die Kommunikation mit dem Fachberater, der einem hilft, das Produkt zu finden, welches die individuellen Wünsche und Bedürfnisse optimal befriedigt. In Onlineshops ist dies unmöglich, weshalb Klaassen eine positive Entwicklung darin sieht, dass Produkte aus dem Premiumsegment meist nur vor Ort bei entsprechend geschulten Fachhändlern zu finden sind.

Der unbedingte Wunsch, exzellente Musikwiedergabe noch mehr Menschen zugänglich zu machen, zeigt sich auch darin, dass Martin Klaassen im Vorstand der High End Society sitzt und Mitglied der Smart Audio Alliance (SAA) ist. Beide Einrichtungen möchten den Vertrieb hochwertiger Audioprodukte vorantreiben, denn wie merkte Martin Klaassen im Gespräch kritisch an: „Es wurde noch nie so viel Musik gehört wie heute, aber auch noch nie so viel in so schlechter Qualität." Hierzu passt folgende Anekdote: Eine Personalberaterin erwähnte mit Blick auf die Produktpalette von IDC, sie habe sich kürzlich einen teuren Kopfhörer gekauft, der aber sehr viel schlechter klingen würde als der bisherige. Martin Klaassen konnte ihr erklären, dass sie über den hochwertigen Kopfhörer erstmalig hören könne, wie schlecht die

„Es wurde noch nie so viel Musik gehört wie heute, aber auch noch nie so viel in so schlechter Qualität." *"Nowadays more music is listened to than ever before, and never has audio quality been so bad."*

lizenziert für: IDC Klaassen International Distribution & Consulting oHG

lizenziert für: IDC Klaassen International Distribution & Consulting oHG

Qualität der aufgenommenen Musik sei. Ein paar Tipps zu guten Aufnahmen hatte er auch noch parat. Und siehe da, bald war die Dame begeistert von ihrem neuen Kopfhörer.

Selbstverständlich hört Martin Klaassen auch privat gerne Musik, stilistisch will er sich aber nicht festnageln lassen. Gerne darf es jazzigen Einschlag haben, ein favorisierter Künstler ist ihm allerdings nicht zu entlocken. Er genießt Musik abhängig von der momentanen Stimmung und erfreut sich an ihrer Vielfalt. Nur eines mag er nicht: Rap. Obwohl sein ungehemmter Redefluss, sobald es um die außermusikalischen Lieblingsthemen – Familie und Harley-Davidson – geht, so manchen MC geradezu wortkarg wirken lässt.

Starting over

You would have thought that somebody who has been in the industry for 40 years and occupied all sorts of positions right up to Global Sales Director and CEO can afford to take things a little easier. That's not the case with Martin Klaassen, who established IDC Klaassen International Distribution & Consulting OHG on 1 April 2013, thereby opening a completely new chapter in his professional career. Born in Dortmund and brought up there as well as on Norderney and in Beckum, he made a grounded start to his career by completing a consumer electronics retail sales apprenticeship. That was followed a few years later by an executive MBA in Marketing from Newport University in California. A sound foundation for occupying various positions of responsibility at industry giants like Sony, Harman or Hitachi, for instance. Klaassen was Head of Global Sales, based in Hong Kong, at GP Acoustics Group, which incidentally also owns the leading loudspeaker manufacturer Celestion, for the final two-and-a-half years before he set up his own business. The trigger for his wanting to go self-employed was his wish to relocate his main domicile back to Germany and to run his own hi-fi distribution business, without having a major corporation breathing performance targets down his neck.

He finds it hard to identify the initial spark that caused him to become an audiophile. "The man on the radio always fascinated me," says Klaassen after pausing for a couple of seconds—hardly the melodramatic stuff of start-up legend. But in an age when retail outlets tended to sell radiograms rather than hi-fi modules, he already

Seine Leidenschaft für Vertrieb hält sich die Waage mit der für hochwertige Musikwiedergabe. *His passion for marketing is equaled by his passion for premium music reproduction.*

had a clear idea of how to market and sell hi-fi: "We need a hi-fi studio here." Over the course of the years this businesslike approach was broadened into a sophisticated marketing and sales philosophy, which Klaassen describes as follows: "I would like to use my relationships with specialist retailers, which have to some extent been nurtured over the course of decades, to sell exceptional products that meet the needs of particularly discerning audio and video fans."

Together with Christian Stamms in the back office, co-partner Uwe Kuphal and nine freelancers, IDC Klaassen markets the Argon, Audiovector, IsoTek, QAcoustics and QED brands as well as AVID's analog turntables, which have just recently been added to the portfolio. A conversation with Martin Klaassen quickly reveals that his passion for marketing is equaled by his passion for premium music reproduction. In response to the question of which product in the portfolio he regards as the most exciting, he replies, "The specialist retailers – and the music!" By partnering with specialist retailers, IDC Klaassen wants to position exciting and affordable products in the marketplace to enable consumers to really get to know and embrace hi-fi. Klaassen assigns specialist retailers a key role, but points out that a substantial knowledge of hi-fi and the service ethic are the foundations for long-term success. In the case of products, as marketed by IDC Klaassen, it's the total buying experience that counts. That also includes communicating with expert advisers, who are there to help buyers find the products that best meet their specific wants and requirements. This is not feasible in online shops, which is why Klaassen regards the fact that premium-segment products are usually only to be found in actual outlets run by specially trained retailers as a positive trend.

The determination to enable even more people to access superb music reproduction is also manifested by the fact that Martin Klaassen is on the Board of the High End Society and a member of the Smart Audio Alliance (SAA). Both organizations are dedicated to marketing premium audio products, for as Martin Klaassen critically remarked in conversation, "Nowadays more music is listened to than ever before, and never has audio quality been so bad." The following anecdote illustrates this point: A recruitment consultant

lizensiert für: IDC Klaassen International Distribution & Consulting oHG

lizensiert für: IDC Klaassen International Distribution & Consulting oHG

mentioned in reference to IDC's product range that she had recently purchased an expensive set of headphones, but they sounded a lot worse than her previous set. Martin Klaassen was able to explain to her that the premium headphones she had purchased enabled her for the first time to hear how poor-quality the recorded music, which she was listening to, was. He also had a couple of great recording tips up his sleeve. And lo and behold, the lady was soon thrilled with her new headphones.

Of course Martin Klaassen also likes to listen to music when he's not working, but he does not want to be pinned down to any particular genre. He is partial to a spot of jazz, but one can't coax a favorite artist out of him. His enjoyment of music is dependent on the mood of the moment and he loves its diversity. But there's one genre he can't stand: rap. Although his uninhibited loquacity, as soon as the conversation turns to his favorite non-music topics, family and Harley-Davidson, would make many an MC seem taciturn.

Leise oder laut? Leise.	*Volume up or down? Down.*
Analog oder Digital? Analog.	*Analog or digital? Analog.*
Röhre oder Transistor? Röhre.	*Tube or transistor? Tube.*
Schallplatte oder Download? Schallplatte.	*Vinyl or download? Vinyl.*
Waldlauf oder Fitnessstudio? Waldlauf.	*Cross-country run or gym? Cross-country run.*
Trend oder Tradition? Trend.	*Trends or tradition? Trends.*
Tee oder Kaffee? Tee.	*Tea or coffee? Tea.*
Salat oder Steak? Steak.	*Salad or steak? Steak.*
Wein oder Bier? Wein.	*Wine or beer? Wine.*
Berge oder Meer? Meer.	*Mountains or the sea? The sea.*
Buch oder Bildschirm? Buch.	*Book or screen? Book.*
Jazzclub oder Opernhaus? Jazzclub.	*Jazz club or opera house? Jazz club.*
Bach oder Beatles? Beatles.	*Bach or Beatles? Beatles.*
Wagner oder Wacken? Wagner.	*Wagner or Wacken? Wagner.*
Standby oder Stecker ziehen? Standby.	*Stand-by or plug out? Stand-by.*

LEISE ODER LAUT — VOLUME UP OR DOWN

Vertrieb / distributor

IDC Klaassen
International Distribution
& Consulting oHG
Am Brambusch 22
D-44536 Lünen

Telefon 0231 9860-285
www.idc-klaassen.com

Klaassen ordnet dem Fachhandel eine tragende Rolle zu. *Klaassen assigns specialist retailers a key role.*