

Kontinuität im Geschäft

Yusuf Karatas leitet den vom ihm mitgegründeten Distributor Yukatel mit Sitz in Offenbach. Im Interview spricht er über das Geschäft mit Mobilfunkgeräten und die Bewältigung der Corona-Krise

Seit mittlerweile 25 Jahren ist der Distributor Yukatel mit seinem Chef Yusuf Karatas im TK-Markt aktiv. Im Gespräch mit **Telecom Handel** erläutert er die Strategie und erklärt, warum sich das Geschäft auf den Vertrieb von Mobilfunk-Hardware konzentriert.

Yukatel ist bei deutschen Händlern anscheinend auf den ersten Blick weniger bekannt als andere Distributoren. Woran liegt das?

Yusuf Karatas: Wenn wir die Händler aus unserem Interessentenkreis ausschließen, die nur Hardware in Verbindung mit Mobilfunkverträgen einkaufen, dann sind wir im Mobilfunk-Großhandel im Grunde einer der größten Player – und das europaweit mit drei Millionen Endgeräten im Jahr. Unser Umsatz lag im vergangenen Jahr bei etwa 750 Millionen Euro.

Sie machen die Marke jetzt unter anderem durch Sport-Sponsoring bekannt ...

Karatas: Nicht erst jetzt: Unser Sponsoring, unter anderem seit kurzem mit Yukatel Denizlispor in der türkischen ersten Fußballliga in einer ganz neuen Dimension, dient der Imagepflege und soll uns bei den Kunden bekannter machen. Wer das sieht, sagt, dass so etwas kein schwaches oder unorganisiertes Unternehmen machen kann. Wir waren auch schon bei Eintracht Frankfurt und Fortuna Düsseldorf sowie lokal hier in Hessen als Sport-Sponsor tätig.

Wie viele Händler beliefern Sie?

Karatas: Weltweit haben wir fast 8.000 Partner in 50 Ländern, der klare Schwerpunkt liegt auf Europa. Die Anteile der einzelnen Länder spiegeln die Größe der Märkte wider, Deutschland hat etwa 20 Prozent an unseren Umsätzen und auch bei der Zahl der Partner.

Das wären etwa 1.600 Händler in Deutschland. Aber damit könnte die Durchdringung doch größer sein ...

Karatas: Wir prüfen jede Händleranfrage sehr genau auf unterschiedliche Kriterien. Der Grund dafür ist, dass wir bei unseren sehr niedrigen Preisen einen zu hohen Aufwand hätten, wenn wir nur einzelne Geräte verschicken würden. Bei Kleinstbestellern fallen wir schnell in eine negative Kalkulation. Da würde sich auch die Marge für keinen mehr lohnen.

Also listen Sie nicht jeden?

Karatas: Der Fokus im Geschäft liegt woanders, aber wir weisen keinen zurück, der die Grundbedingungen erfüllt. Wir freuen uns ja über neue Partner.

Warum sollten Händler dann ausgerechnet zu Ihnen kommen?

„Wir weisen keinen zurück, der die Grundbedingungen erfüllt“

Yusuf Karatas,
CEO Yukatel



Karatas: Wir haben eine erstklassige Logistik: Dadurch, dass wir mindestens 100.000 Geräte immer am Lager haben, können wir fast immer innerhalb eines Tages liefern, und Sie sehen bei uns in Echtzeit nur das in der Liste, was auch verfügbar ist. Dazu haben wir allein schon aufgrund der Mengen an Hardware, mit denen wir handeln, sehr attraktive Preise. Außerdem bieten wir mit YukaPoints ein attraktives Bonusprogramm.

Was gibt es in diesem Programm?

Karatas: Wir haben einen ganzen Katalog mit Prämien von der Action Cam bis zur neuesten Xbox. Jeder Händler, der sich

„Wir haben Marktanteile von der Konkurrenz gewonnen, die nicht so schnell auf Corona reagiert hat“

neu über yukatel.de/telecomhandel anmeldet, bekommt von uns 2.500 YukaPoints als Willkommensgeschenk.

Erhöht so ein Programm vor allem die Kundenbindung?

Karatas: Wir pflegen mit vielen Kunden langjährige Beziehungen und bieten ihnen auch eine hohe personelle Kontinuität bei den Ansprechpartnern. Unser Vertriebsleiter etwa ist seit 18 Jahren im Unternehmen, ich bin als Kopf seit 25 Jahren voll im operativen Geschehen. Zu viele Veränderungen bringen oft Unsicherheiten. Wir setzen auf Seriosität und sind im Markt auch mit niemandem zerstritten.

Sie bieten Mobilfunk-Endgeräte an. Warum dazu nicht weitere Produkte wie zum Beispiel die Verträge?

Karatas: Wir haben die verwandten Produkte zum Mobilfunk wie Tablets oder Smartwatches und auch die gerade sehr beliebten AirPods, aber kein niedrigpreisiges Zubehör wie Taschen. Verträge hatten wir anfangs mal, aber seit 15 Jahren nicht mehr, das ist einfach nicht unser Kerngeschäft.

Arbeiten Sie mit manchen Hardware-Herstellern intensiver zusammen?

Karatas: Wir lehnen jeden direkten Industrievertrag ab, damit wir europaweit unabhängig bleiben. Wir kaufen in der Regel von Distributoren ein. Die Anteile der einzelnen Hersteller in unserem Geschäft entsprechen den generellen Marktanteilen.

Neben dem Kerngeschäft mit der Distribution von Mobilfunkgeräten sind Sie aber auch auf weiteren Geschäftsfeldern tätig. Warum?

Karatas: Das ist einmal der IoT-Bereich, auch Telematik und M2M. Diese Bereiche wachsen stark und haben viel Potenzial. Telematik besteht aus der Soft- und Hardware für die Fahrzeugortung sowie einer M2M-SIM-Karte für die Datenübertragung. Hier bieten wir ein Gesamtpaket oder nur Hardware-Komponenten unter unseren Marken routecontrol und M2M Unity an als auch für Systemanbieter zur Weitervermarktung. Mit unserer cloudbasierten Software-Lösung M2M Unity vereinen wir alle unsere ‚M2M Unity Allnet‘-Datentarife sowie mit M2M Unity Portal

die SIM-Karten-Verwaltung unter einer Plattform. Damit sind wir bereits mit einer fünfstelligen Zahl an Karten im Markt unterwegs. Darüber hinaus bieten wir zum Beispiel kleinen und mittelständischen Unternehmen mit unserem Software-Produkt M2M Unity Scan die Verfolgung und Verwaltung physischer Objekte wie Container, Werkzeuge, Maschinen etc. mittels RFID-Scans an, dies allerdings vorwiegend im Direktgeschäft.

Wie hat sich die Corona-Krise auf Ihr Geschäft ausgewirkt?

Karatas: Wir haben die Phase sehr gut durchgestanden. Wir haben keine Kurzarbeit eingeführt oder Förderbeziehungsweise Stundungsanträge gestellt. Am 13. März habe ich angesichts der dramatischen Nachrichten zwar zunächst entschieden, keine Pakete mehr herausgehen zu lassen, doch schon nach dem Wochenende haben wir mit den Kunden die Lage analysiert und entschieden, das Geschäft weiterzuführen und die Sendungen freizugeben. Wir haben wegen der Krise keinen wichtigen Kunden anders einstufen oder neu bewerten müssen. Auch die Lieferanten haben wir immer sofort bezahlt, das ist gut angekommen.

Gab es gar keinen Rückgang bei den Bestellungen der Partner?

Karatas: Sie sind bei manchen Händlern vielleicht in der Stückzahl leicht zurückgegangen, aber dafür haben wir Marktanteile von der Konkurrenz gewonnen, die nicht so schnell auf Corona reagiert hat. Deshalb war kein Monat in diesem Jahr schlechter als 2019. ■

Interview: Boris Boden