

Innovationen aus der Denkwerkstatt

Die Cepak GmbH in Weitra entwickelt Artikel für professionelle Sicherheitstechnik im Gewerbe- und Industriebereich. Unter der Dachmarke Toolprotect entstand eine Motorsägenhalterung mit Ladesicherungsgurt, die überall zu befestigen ist und auch schon prämiert wurde. Christoph Cepak ist Produktentwickler und Tüftler zugleich. Je schwieriger eine Aufgabe sich ihm stellt, desto innovativer löst er sie. Häufig kommen Weltneuheiten dabei heraus.



Christoph Cepak mit seiner ersten Weltneuheit, der Motorsägenhalterung.

Foto: Michael Hetzmanseder

SERIE - TEIL 68

Unternehmerleben hinterfragt

VON SUZANNE SUDERMANN

NÖWI: Herr Cepak, wieso liefern die Hersteller von Motorsägen nicht gleich ein ordentliches Verhüterli mit?

Christoph Cepak: Unser Produkt ist kein Verhüterli-Ersatz, sondern eine neuartige universelle Halterung für Kettensägen, zur sicheren Ablage der Säge während Arbeitspausen und des Transportes. Das hat überhaupt nichts mit dem mobilen Schwertschutz bei der Auslieferung einer Kettensäge zu tun.

Sie dachten also weiter?

Ich muss in meinem Eigenforst immer wieder Holz schlägern und baute mir zuerst selbst eine Halterung aus Holz, diese war aber völlig unzureichend was den Schutz der Maschine und des Bedienens angeht.

Wie lang dauerte die Produktentwicklung für diese Weltneuheit?

Vorlauf waren zwei Jahre. Ich musste umfangreich recherchieren, Gießformen erstellen, die CE Konformität mit aufwändiger Risikoanalyse im Vorfeld durchführen, die Übersetzungen in viele Sprachen übertragen, dito die Betriebsanleitungen, Patente, Muster- Design- und Markenschutz vorantreiben, aber nun liegt ein wirklich perfektes Rundumpaket vor!

Wo wird produziert?

In einem niederösterreichischen Kunststofftechnikunternehmen, gemeinsam expandieren wir jetzt.

Wer sind Ihre Abnehmer?

Wir liefern vorwiegend an den Fachhandel, jedoch nicht an Baumärkte; sehr wohl aber an Privatpersonen, welche Wert auf hochwertiges Werkzeug legen.

Das nächste Arbeitstool steht schon in den Startlöchern?

Ein universeller Halter für Kombikanister, der im März mit großem

Erfolg auf der Messe vorgestellt wurde. In einer Art künstlichen Faust, welche überall montiert werden kann, wird der Kanistergriff einfach eingeschnappt. Wir haben uns hier an der Bionik orientiert. Man muss oft nichts Neues erfinden; nur technische Neuerungen aus verschiedenen Bereichen klug kombinieren.

Sind also noch weitere Innovationen zu erwarten?

Bei unseren Produkten stehen die Arbeitssicherheit- und Ergonomie, als auch eine ordentliche Ladegutsicherung an erster Stelle. Zum Beispiel im Bereich Höhenzugangstechnik für Arbeitsbühnenhersteller. Fassadenfensterputzer müssen sich auf der ganzen Welt immer wieder zum Wasserkübel bücken, das bringt große Sicherheitsrisiken mit sich. Im nächsten Jahr komme ich mit einem Arbeitskorbadapter – schon patentiert – wieder aus hochelastischem Kunststoff, auf den Markt.

Nutzen Sie für Ihre Aktivitäten den Support von der Wirtschaftskammer?

Ja. Speziell im Anfangsstadium. Da sitzen Fachleute, die einem unbürokratisch helfen, auch die Außenwirtschaftsniederlassungen sind gut installiert. Von den TIP NÖ (Technologie- und InnovationsPartner) bekam ich tolle Unterstützung. Diese umfangreichen Services würde ich allen StartUp-Unternehmen, die ihren Markt er-

weitern wollen, empfehlen.

Ihre Fachhändler sitzen in ganz Europa, in Neuseeland und demnächst in Japan. In Deutschland zähle ich die meisten Händler. Wie kommt das?

Dort sind die Hauptmessen für Forsttechnik, da kann ich vor Ort am schnellsten überzeugen. Man ist dort rasanter und sehr innovationsfreudig. Speziell die Sicherheitstechnik hat einen extrem hohen Stellenwert.

Sind Messen noch effektiv?

Messen, die ihren Fokus verloren haben und alles anbieten, bringen wenig. Aber Fachmessen boomen. Da treffen Welten zusammen und finden sich. Wir fahren dort nicht hin, um zu verkaufen, sondern um zuzuhören. Der Kunde schaut vorbei und klagt sein Leid, was am Markt fehlt oder nicht funktioniert. Das ist die Basis für die neuesten Produktideen.

Was kostet so eine Messe?

Werbeaufwand pro Messe sind bis zu 10.000 Euro, die ich mehrmals im Jahr investiere. Das ist in der Startphase eine Menge Geld, lohnt sich aber allemal.

GANZE SERIE IM INTERNET



Unternehmerleben
Hinterfragt

www.noewi.at/unternehmerleben-hinterfragt

ECKDATEN

- ▶ www.toolprotect.at
- ▶ 48 Artikel
- ▶ 4 Mitarbeiter
- ▶ Bis zu 6 Messen pro Jahr