

# „Aus unserer Sicht ist der Relaunch sehr gelungen und die ersten Abverkaufszahlen zeigen dies bereits.“

Erfolgreiche Markteinführung der optimierten Secura Kondome auf der eroFame 2023



Jan Vinzenz Krause  
(Geschäftsführer der Vinergy  
GmbH) und Hans-Jürgen Bähr  
(Chief Product Officer (CPO) & Chief  
Sales Officer B2B (CSO) bei ORION)

**Die Erfolgsgeschichte der Kondommarke Secura beginnt beim ORION Wholesale bereits 2005 und bis heute gehört sie zu den Topsellern. Damit das so bleibt, hat ORION der Marke gemeinsam mit dem Kondomspezialisten Vinergy GmbH ein Facelift verpasst. Über die enge Kooperation der beiden Unternehmen sowie über die 'Frischekur' für die Traditionsmarke Secura informieren Hans-Jürgen Bähr, Chief Product Officer (CPO) & Chief Sales Officer B2B (CSO) bei ORION, und Jan Vinzenz Krause, Geschäftsführer Vinergy GmbH., in einem Interview.**

**Lassen Sie uns zu Beginn über die Markenhistorie der Secura Kondome reden. Seit wann besteht die Marke?**

**Hans-Jürgen Bähr, Chief Product Officer (CPO) & Chief Sales Officer B2B (CSO) bei ORION:** Das Label Secura gibt es bereits seit Anfang der 1970er und wird seit 2005 unter der Marke Secura bei ORION geführt.

**Für was stand die Marke damals und über all die Jahre, die sie im Markt angeboten wurde? Was hat Secura Kondome ausgezeichnet?**

**Hans-Jürgen Bähr:** Secura Kondome standen immer für höchste Qualität 'Made in Germany' und gehören bis heute zu den Topsellern des ORION Wholesale. Das Besondere waren und sind die verschiedenen Kondom-Typen: Ob bunt, genoppt, gerillt, mit Aroma oder Prickel-Effekt, mit integriertem Penisring, extra-groß oder extra-klein – eben für jede Vorliebe das richtige Kondom.

**Wie kam es zu der Idee, Secura einem Relaunch zu unterziehen?**

**Hans-Jürgen Bähr:** Wir haben die Verpackungen der Secura Kondome mit den Jahren immer wieder erneuert und der Zeit sowie dem Markt angepasst. Während früher noch Testimonials oder Comic-Zeichnungen auf den Verpackungen waren, setzen wir heute auf ein puristisches Design mit Icons. Und um auch den Namen internationaler zu machen, wurde aus 'Secura Kondome' jetzt 'Secura Condoms'.

### **Wie ist es zur Kooperation zwischen ORION und der Vinergy GmbH gekommen?**

**Hans-Jürgen Bähr:** Wir waren auf der Suche nach einem neuen Kondom-Produzenten, der unseren Qualitätsansprüchen zuverlässig gerecht wird. Schnell sind wir da auf die Firma Vinergy GmbH gestoßen, mit der wir bereits seit vielen Jahren als Distributeur für deren eigene Marken zusammengearbeitet haben. Wir freuen uns sehr über die Erweiterung unserer Zusammenarbeit, und vor allem über die Wertschätzung unserer Traditionsmarke.

### **Herr Krause, welchen Part hat Ihr Unternehmen bei dem Revival der**

### **Secura Kondome innegehabt bzw. welche Dienstleistungen hat die Vinergy GmbH dazu beigesteuert?**

**Jan Vinzenz Krause, Geschäftsführer Vinergy GmbH:** Wir haben ORION beim Relaunch von Secura im Produktdesign beraten, in der Auswahl der Sorten und der Verpackungsgrößen, in Medizin- und Verpackungsrechtlichen Themen; wir haben das Produktionsmanagement übernommen und das Management der Logistik. Kurz gesagt: Wir betreuen die Entwicklung von Kondom Eigenmarken von der Idee über die Produktion bis die Ware bei unseren Kunden im Lager angekommen ist.

### **Wenn es um die gesamte Thematik Eigenmarken, Private Labeling, White Labeling etc. geht, scheint es noch viel Aufklärungsbedarf zu geben. Was können Sie dazu aus Ihren Erfahrungen beisteuern? Wird der gesamte Entwicklungsprozess von Eigenmarken über- oder unterschätzt?**

**Jan Vinzenz Krause:** Die Idee für eine Eigenmarke ist schnell geboren, der Entwicklungsprozess vom Finden des richtigen Produzenten, Produktdesign, Wahl der Produkt-Eigenschaften,





Die Präsentation des Revivals der Secura Kondome wurde gebührend zelebriert – Maïke und Dirk Rotermund schneiden die Torte an

Einhalten von rechtlichen Bedingungen und landesspezifischen Regularien, bis zur Logistik etc. ist extrem komplex und will gemanaged werden können. Es ist vergleichbar mit einem Hausbau, bei dem mehrere Parteien koordiniert und Entscheidungen aufeinander abstimmt werden müssen und in der Regel rennt die Zeit...Hierfür benötigt es also jemanden, der komplexe Projekte managen kann und gleichzeitig fachliches Know-How der Materie hat. Was bei der Eigenmarken Produktion in Asien hinzukommt, sind kulturelle Unterschiede in der Arbeitsweise und sprachliche Hürden. Mit den richtigen Partnern ist die Entwicklung einer Eigenmarke aber sicherlich unter dem Strich eine lohnende Sache.

**Gibt es etwas wie einen ‘roten Faden’, wenn es um die Entwicklung**

**von Eigenmarken geht? Was gilt es dabei zu beachten? Gibt es Risiken? Und vor allem: für wen ist es überhaupt interessant?**

**Jan Vinzenz Krause:** Es ist nützlich für die Entwicklung von Eigenmarken einen Standardprozess zu entwickeln, nach dem man vorgeht. Hier helfen Checklisten, um die vielen Details im Blick zu behalten. Es kann z.B. sein, dass wegen eines kleinen Fehlers auf der Verpackung, die Verpackung noch einmal neu gedruckt werden muss. Gute Prozesse helfen solche Fehler zu minimieren.

Das Risiko ist sicherlich, dass bei Eigenmarken deutlich größere Mengen bestellt werden als bei Handelsware, ohne im Voraus zu wissen, ob das Produkt im Markt erfolgreich wird. Grundsätzlich ist es in den letzten Jahren deutlich leichter geworden Eigenmarken produzieren zu lassen. Die Entwicklung braucht jedoch



Das aktuelle Sortiment auf einen Blick

Zeit und da große Volumina abgenommen werden, müssen diese auch finanziert werden können. Wir haben z.B. eine Mindestmenge (MOQ) von 250.000 Kondomen. Eigenmarkenentwicklung ist für alle interessant, die eine tolle Idee für ein Produkt realisieren wollen, das Sortiment unter ihrer bestehenden Marke erweitern wollen und als Markeninhaber die Absatzkanäle steuern können wollen. Nicht zuletzt haben Eigenmarken attraktive Margen, die in der Regel weit über den Margen von Markenprodukten liegen.

**Zurück zu den Secura Kondomen: Was können Sie zum Ergebnis der Kooperation zwischen ORION und der Vinergy GmbH sagen? Sind die Secura Kondome im 21. Jahrhundert angekommen? Welche Maßnahmen waren dazu notwendig?**

**Hans-Jürgen Bähr:** Wir sind sehr zufrieden mit der Kooperation, denn mit der Vinergy GmbH haben wir einen Partner gefunden, der bestens vernetzt und mit der Materie vertraut ist und der sich in den vergangenen Jahren einen Namen als Kondomspezialist gemacht hat. Hinzukommt, dass wir uns nicht nur geschäftlich, sondern auch menschlich auf einer Ebene befinden, was für uns bei ORION immer sehr wichtig ist. Und ja, natürlich sind die Secura Kondome im 21. Jahrhundert angekommen. Wie gesagt haben wir das Design permanent optimiert, um den Anforderungen im Markt gerecht zu werden.

**Jan Vinzenz Krause:** Wir sind stolz, dass wir für ORION die Traditionsmarke Secura produzieren und in die Zukunft führen dürfen. Aus unserer Sicht ist der Relaunch sehr gelungen und die ersten Abverkaufszahlen zeigen dies bereits. Solch eine Kooperation gelingt, wenn alle Beteiligten vertrauensvoll, mit vielfältigen Kompetenzen und hoch engagiert zusammenarbeiten. Dies ist mit dem Team von ORION in jeder Hinsicht der Fall!





**Stichwort Zielgruppen: welche Käufergruppen sprechen die 'neuen' Secura Kondome an? Welche Konsumenten haben Sie mit Ihren Produkten im Fokus?**

**Hans-Jürgen Bähr:** Wir wollen mit unseren Secura Kondomen alle Käufergruppen ansprechen, da Kondome ein wichtiges Utensil für unsere Gesellschaft sind. Mit der Umbenennung in Secura Condoms und dem puristischen Design wollen wir

natürlich auch eine internationalere und jüngere Zielgruppe ansprechen.

**Wie sieht denn das neue Sortiment genau aus? Welche Secura Produkte sind derzeit erhältlich? Und mit welchen Alleinstellungsmerkmalen können die Produkte überzeugen?**

**Hans-Jürgen Bähr:** Wir haben das Sortiment ein wenig verkleinert und optimiert. Folgende Secura Condoms sind aktuell in den Verpackungseinheiten 12, 48 und 100 Stück erhältlich: 'Original' (auch als 1.000er Beutel), 'Extra Feel', 'Extra Fun', 'Extra Large', 'Extra Wet' und 'Extra Safe'. Das 'Extra' steht dabei für den USP der einzelnen Kondome.

**Wie wird es mit der Marke Secura Kondome weitergehen? Wird es neue Produkte geben?**

**Hans-Jürgen Bähr: ORION Wholesale:** Wir werden das Sortiment permanent den sich ändernden Gegebenheiten des Marktes anpassen und auf dem neuesten Stand halten. Und wir wünschen und hoffen natürlich sehr, dass der Handel wie bisher, tolle und sichere Geschäfte mit dieser etablierten und gleichzeitig modernisierten Marke machen kann.

