

Erfolg, ohne sich zu verbiegen

TecStyle Brand Award: Marketing-Workshop bei ZipOn

Klassische Geschäftsführer stellt man sich anders vor. Beim Textilveredler ZipOn begrüßen die beiden Unternehmer Mark Busche und Thomas Drees ihren Gast nicht in Anzug und Krawatte, sondern im legeren Freizeitoutfit: In stylischen Jeans und Kurzarmhemd, in Shorts und Polo begrüßen Sie Workshop-Leiter Andreas Kieseewetter. Gemeinsam mit dem Kommunikationsexperten wollen sie Optimierungspotentiale für ihr Unternehmen ausloten. Den Workshop mit einer umfassenden Marken- und Marketinganalyse (Wert rund 10.000 Euro) hatte ZipOn im Rahmen des TecStyle Brand Awards 2011 als Drittplatzierter gewonnen. Der Wettbewerb zur Förderung mittelständischer Unternehmen aus dem Textilbereich war von Kieseewetter | Die Markengagentur sowie den Fachzeitschriften TVP Textilveredlung & Promotion und PPF Personal Protection & Fashion ausgelobt worden.

Busche und Drees sind seit vielen Jahren Geschäftspartner. Vor rund 20 Jahren war das Duo mit dem Import von Surfer-Kleidung aus Südafrika eher nebenbei in die Textilwelt eingestiegen. Sicher rührt ihr legeres, ungekünsteltes Auftreten aus dieser Zeit. Bekannt wurden die beiden in der Branche vor allem durch ihr Produkt ZipOn, einen textilen Werbeträger, der am Reißverschluss (Zipper) befestigt wird. Mittlerweile gehört ihr Unternehmen mit 20 Mitarbeitern (Umsatz rund drei Millionen

Euro) zu einer festen Größe im Veredelungsgeschäft. Trotzdem geht es immer noch ein bisschen besser. Wie wollen Busche, Drees und ihr Kundenberater Frank Eschle mit der Hilfe von Kieseewetter herausfinden.

Geschäftsführung mit Rückgrat

„Was sind die wirtschaftlichen Ziele für die kommenden Jahre?“, mit dieser Frage bringt Kieseewetter den Workshop in Fahrt. „Wir wollen weiterkommen“, beschreibt Busche den geplanten Kurs. „Aber nicht um jeden Preis.“ Dass diese Aussage keine bloße Attitüde ist, belegt sein Partner Drees mit einer kleinen Anekdote: Demnach klopfte vor einigen Jahren ein bekanntes Großunternehmen bei dem Duo an, wollte einen Großauftrag mit einem Volumen von rund 110.000 Euro starten. Die starren Vorgaben stießen Busche und Drees jedoch sauer auf, schienen kaum realisierbar zu sein. „Der Kunde war sich über das Konzept nicht im Klaren und wir waren uns sicher, das wird Chaos geben“, erinnert sich Drees. Noch am Verhandlungstisch lehnten die beiden den Auftrag trotz des verlockenden Budgets ab

und ernteten am Verhandlungstisch verdutzte Gesichter. Drei Tage später klingelte bei ZipOn das Telefon. Der Chef des besagten Großunternehmens, der bei der Verhandlung nicht dabei war, meldete sich höchstpersönlich: „Das hat noch keiner gemacht“, kommentierte dieser laut Drees die fast unverschämte selbstbewusste Absage des Duos. Nachdem sie ihm ihre Bedenken bezüglich des Auftrags geschildert hatten, drehte sich der Wind. Der Unternehmensboss verstand die Bedenken und beharrte auf dem Geschäft. Er gab Busche und Drees für das Projekt freie Hand und dazu den Hinweis: „Ab jetzt reden Sie nur noch mit mir!“

„Jeder liebt Gewinner!“

Ein gesundes Maß an Selbstbewusstsein sowie die Fähigkeit, die eigenen Stärken und Schwächen und auch die Erfolgsaussichten eines Projekts realistisch einzuschätzen, das hat in

Frischer Wind: Unter Anleitung des Markenexperten Andreas Kieseewetter (rechts) entwickelten die ZipOn-Geschäftsführer (v.l.) Thomas Drees und Mark Busche sowie Kundenberater Frank Eschle beim Workshop neue Marketing-Strategien.



der beschriebenen Verhandlungssituation ganz offensichtlich zum Erfolg beigetragen. „Jeder will mit Gewinnern zusammen sein“, kommentiert Kiesewetter die Anekdote und betont: „Sie beide sind Typen, authentische Typen!“ Der Marketingexperte empfiehlt Busche und Drees, diese Eigenschaft künftig stärker zu besetzen und diese nach außen zu kommunizieren.

Rationale Werte

Kiesewetter möchte das Unternehmen noch genauer kennenlernen und hakt nach: „Was sind die rationalen Werte von ZipOn?“ Drees, Busche und Eschle überlegen. Über den Köpfen stehen sprichwörtlich große Fragezeichen. „Zusagen werden immer eingehalten“, meldet sich Eschle und ergänzt: „Das ist in unserer Branche nicht selbstverständlich.“ Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal: „Wir haben die einzige massentaugliche Laserstick-Maschine in Deutschland“, sprudelt es aus Busche heraus. Der Workshop läuft auf vollen Touren. Mit der Laserstick-Maschine lassen sich Textilien in einem Arbeitsschritt mit Laser und Stick veredeln und außergewöhnliche Effekte aufs Textil zaubern. Und was unterscheidet ZipOn noch von der Konkurrenz? „Billig machen wir nicht!“, sagt Drees. „Wenn beispielsweise Kappen schon beim Angucken auseinanderfallen, macht die Veredlung mit Stick keinen Sinn.“ Kurz gesagt: Die Marke ZipOn soll Qualität und Zuverlässigkeit ausstrahlen.

Erfahrung zahlt sich aus

„Stellen Sie sich vor, alle herkömmlichen Verkaufsargumente sind ausgeschöpft. Was bringen Sie jetzt ins Spiel?“, versucht Kiesewetter weitere Merkmale herauszukitzeln. Nach leichten Stupsen vom Experten sind weitere Argumente gefunden: 16 Jahre Erfahrung in der Textilbranche, das fünfjährige Bestehen und das stete Wachsen. Die Botschaft könnte lauten: „Vertrauen Sie uns als erfahrenen Köpfen!“ Als Kommunikationskanäle eignen sich beispielsweise Produktinformationen und Fachbeiträge für die Presse; Broschüren, Hausmessen oder Events wie Stickworkshops für die Kunden. Den größten Teil des Umsatzes erwirtschaftet ZipOn derzeit mit der Lohnveredlung durch Stick, Laser oder Patches. „Der Textilvertrieb ist für uns eher ein Nebengeschäft“, sagt Drees. Sofern gewünscht, werden aber auch die passenden Textilien mitgeliefert. Und welche Projekte sind für die Zukunft geplant? Laut Busche ist eine Erweiterung am Firmenstandort in Castrop-Rauxel vorgesehen. Außerdem sollen unter www.stickxpress.de On- und Offline-Geschäft stärker verzahnt werden, um noch individueller auf Kundenwünsche eingehen zu können. Das Angebot soll Anfang des Jahres 2012 starten. Da dieser Zeitraum mit der Fachmesse TV TecStyle Visions zusammenfällt, werden erste Ergebnisse sicher schon bei den Präsentationen der TecStyle-Brand-Award-Teilnehmer dort zu sehen sein.

ZipOn

www.zip-on.com

Kiesewetter | Die Markenagentur

www.agentur-kiesewetter.de