

Basel, 31. Dezember 2011

Newsletter 6/11

Liebe Mitglieder, liebe Netzwerkerinnen und Netzwerker
Geschätzte Interessentinnen und Interessenten aus Wirtschaft und Politik

Das Jahr 2011 endet für das OECO KMU-Netzwerk so, wie es begonnen hat: etwas hektisch. Das liegt auch daran, dass dieses Jahr für alle politisch Aktiven, dazu gehöre auch ich, eine zeitintensive Herausforderung war. Trotzdem möchte ich nicht mit Altlasten ins neue Jahr starten und sende Ihnen noch vor dem 31. 12. den Newsletter Nr. 6. Für alle, die das eindrückliche **ERFOLG-Referat** mit drei Referenten und einer Referentin (!) verpasst haben, erfahren das Wichtigste in der folgenden Zusammenfassung.

ERFOLG designt, produziert und verkauft in fünf eigenen label shops in der Schweiz Shirts und Strickwaren.

Dass ERFOLG an den OECO-Lunch vom 5.12.2011 eingeladen wurde, hat gute Gründe: Die Produkte werden hundertprozentig nachhaltig und ökologisch in der Schweiz hergestellt. Wer so hohe Ansprüche in Bezug auf Qualität und Nachhaltigkeit hat, spricht bewusst von Produkten und nicht von Fashion. Produkte bedienen Bedürfnisse und Fashion ein vom Marketing erzeugtes Scheinbedürfnis.

ERFOLG hat von Beginn an entschieden, nicht mit wechselnden Lieferanten zu arbeiten, sondern mit festen Partnern zu kooperieren, die es dem Label ERFOLG ermöglichen langfristig und konstant zu planen, zu organisieren und die Prozesse laufend zu optimieren.

Dies ist nur dank eines Teams möglich, welches die ganze Produktionskette umfasst. Die Firma Remei stellt die Rohstoffe her, die Strickwarenfabrik Traxler produziert diese Artikel. Die Gründerin des Labels, Sandrine Voegelin, ist für das Design zuständig. Walter Reinhard ist der Geschäftsführer. Seine Aufgabe ist es, das Label ERFOLG aufzubauen, die Marke zu pflegen und die Vermarktung voranzubringen.

Ein zentraler Aspekt für ERFOLG sind die Verkaufsstandpunkte. ERFOLG verfügt insgesamt über fünf Standorte in Zürich, Basel, Bern und Luzern, an welchen vor allem die eigenen Artikel verkauft werden. Ein Verkauf an Dritte ist nur bedingt möglich, da ERFOLG bei moderaten Verkaufspreisen den Händlern keine übliche Marge anbieten kann. Die label shops von ERFOLG liegen alle an guten Passantenlagen. Eine andere Standortstrategie kommt für ERFOLG nicht in Frage. Man muss dort sein, wo die Kunden nachhaltige, das heisst CO2-freie Produkte erwarten.

Investitionen in die Nachhaltigkeit anstelle von hohen Marketingkosten

Klar ist, dass mit diesem Konzept keine relevanten Marketingbudgets generiert werden können. Würde ERFOLG genau so hohe Marketingausgaben tätigen wie internationale Brands, müsste der Anteil am Verkaufspreis bis zu 40% betragen. Das hätte zur Folge, dass die Produkte billig produziert werden müssten. Auf verschiedene nachhaltige Aspekte müsste verzichtet werden. Würde wesentlich mehr in das Marketing investiert, ginge dies in erster Linie zulasten der Umwelt.

Das Team von ERFOLG hätte mit seinen Produkten aber nicht Erfolg, wenn es nicht wüsste, wie man solche Nachteile mit guten Ideen wettmachen kann. Der Standort am Viadukt in Zürich, erbaut von der Stiftung PWG Zürich, zeigt, wie dieses Dilemma umgangen werden kann. ERFOLG kann dort zu moderaten Mietpreisen seine Produkte im richtigen Umfeld anbieten. Dass das nicht überall klappt, zeigt das Beispiel im Kreis 1. Der dort betriebene Shop wird von hohen Mietkosten belastet. Erst vor kurzem musste eine Mietzinserhöhung von 20% verkraftet werden!

Welche Idee steckt hinter den ERFOLG-Produkten?

Sandrine Voegelin hat im Jahr 1993 nach Abschluss der Fachklasse für Mode mit ihrer Studienkollegin Esther Hunziker ERFOLG gegründet. Schon während ihrem Studium haben sie sich mit dem Phänomen «Mode» auseinandergesetzt. Normalerweise wird ein modebewusster Mensch dazu angehalten, immer das Neueste zu kaufen, um modisch zu sein.

Die beiden Designerinnen fanden diese Einstellung überholt. In einer Zeit, in der zu viel Menschen zu viel Abfall produzieren und die natürlichen Ressourcen immer schmaler werden, kann Mode in diesem Sinne nicht mehr zeitgemäss sein. Deshalb stellten sie sich die Frage: Kann Mode ökologisch sein? Dazu muss man wissen, dass 1993 das Recycling ein erfolversprechender Trend war. Das wohl bekannteste Produkt aus dieser Zeit war die Freitag-Tasche.

Für beide war das Kleiderrecycling nie eine Option, um ökologische Mode zu proklamieren. Minderwertige, gebrauchte Qualität mit hochwertiger und teurer Arbeitskraft zu veredeln, schien ihnen kein gutes Geschäftsmodell zu sein. So haben sie den Versuch gestartet, Kleider zu «renovieren». Zu Beginn haben sie ein kleines Siebdruckatelier eingerichtet, mit einer Auswahl an Motiven, die sie ihren Kunden auf ihre alten, mitgebrachten Shirts und Unterwäsche druckten. Das war cool und gleichzeitig der Ursprung von ERFOLG. Aus dieser Ideologie entwickelte sich das heutige Geschäftsmodell.

Klare Linie – einfach, zeitlos, nachhaltig

Heute setzt sich ERFOLG zum Ziel, zwei mal pro Jahr einen Kleiderstil zu konstruieren, der bestehende und haltbare Aktualität hat. Dies beginnt mit einem hochstehenden, organischen Material, damit der Pullover oder die Jacke die Qualität hat, mehrere Saisons zu überstehen. Meist wird Baumwolle oder Wolle verarbeitet.

Bei der Auswahl der Farben stützt sich Sandrine Voegelin auf die Ausstrahlung eines mitteleuropäischen Menschen, mit hellem Teint. Nur zwei bis drei Farben einer Kollektion sind sogenannte «Risikofarben» oder «Modifarben». Das braucht das entsprechende Gespür!

Bei der Formsuche stützt sich ERFOLG auf einen einfachen, zeitlosen Grundschnitt, der je nach Thema angepasst wird. Man ist darauf bedacht, dass die Produkte für eine Mehrheit attraktiv und tragbar sind. Um der Kollektion einen Anfang und ein Ende zu geben, ist sie in ein Thema gebunden. Diesen Winter lautet das Thema «Russischer Winter».

Der Auftritt von ERFOLG am OECO-Lunch war, wie könnte es anders sein, ein voller Erfolg. Aussergewöhnlich war, dass nebst Geschäftsführer Walter Reinhard und Designerin Sandrine Voegelin auch der Rohstofflieferant Simon Hohmann und der Produzent Rolf Traxler dabei waren. Fragen gab es zuhauf, auch umfassende Antworten. Die 25 Teilnehmerinnen und Teilnehmer kamen voll auf ihre Rechnung!

Die Referenten:

Walter Reinhard und Sandrine Voegelin stellten das Label ERFOLG vor. Mehr unter www.ichwillerfolg.ch

Rolf Traxler, Strickwarenfabrik Traxler AG Bichelsee erläuterte die CO₂-freie Produktion von Strickwaren in der Schweiz. Mehr Informationen unter www.traxler.ch

Simon Hohmann, Remei AG, erläuterte den Anbau von Bio-Baumwolle in Indien und Tansania. Mehr Informationen unter www.remei.ch

Vorschau 2012

Am 6. Februar 2012 referiert OECO KMU-Netzwerk-Mitglied Kurt Schwaninger zum Thema

«Railfit GmbH - Wir machen Ihre Infrastruktur fit.»

Damit die Infrastrukturen von Unternehmen und Staat fit bleiben, sind Lösungen für die Herausforderungen der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit grundlegend. Mobilität entspricht einem Grundbedürfnis des Menschen.

Railfit GmbH bietet Dienstleistungen im Hoch- und Tiefbau mit Spezialisierung auf Verkehrsinfrastruktur an. Die Kernkompetenzen von Railfit sind Bauherrenvertretung und Innovationsmanagement auf strategischer und operativer Ebene. Die Hauptkunden sind öffentliche und private Verkehrsunternehmen, Gemeinden, Kantone und Bund. Mit langjähriger Erfahrung und fundiertem Marktwissen im Ingenieurbereich sowie in der Beschaffung führt Railfit anspruchsvolle Infrastrukturprojekte zum Erfolg. Kurt Schwaninger – Geschäftsführer der Railfit GmbH – freut sich, Ihnen am 6. Februar 2012 einen Einblick in die Geschäftsfelder des 2009 gegründeten Unternehmens und in die Verkehrssituation der Nordwestschweiz zu geben. Es lohnt sich, am 6.2. dabei zu sein!

Ich wünsche Ihnen, auch im Namen des Vorstandes, einen guten Start ins neue Jahr!

Herzlich



Stefan Kaister
Vizepräsident OECO KMU-Netzwerk

Redaktion und Kontakt: Stefan Kaister

OECO KMU-Netzwerk, c/o Kaister & Partner AG Kommunikationsagentur, Hohestrasse 134, Postfach 437, CH-4104 Oberwil, Telefon 061 681 66 66, DW 061 681 66 74, Fax 061 681 66 61 s.kaister@kaister.ch, www.kaister.ch, www.oeco-netzwerk.ch