



Presse-Information

Faller: Zurück in die Zukunft

Marketing-Club Schwarzwald-Baar taucht in die Geschichte und die Zukunftspläne der Faller GmbH in Gütenbach ein

Gütenbach, 8. Juni 2011. Prof. Alexander Doderer, Präsident des Marketing-Clubs Schwarzwald-Baar, begrüßte am 16. Mai bei der Faller GmbH in Gütenbach rund 40 Gäste und Mitglieder zu einem Blick in die Geschichte aber vor allem in die Gegenwart und Zukunft des „Modellbauers“. Der Gang durch die Vergangenheit von Faller – ein wichtiges Fundament für die Zukunft – wurde den Zuhörern von Geschäftsführer Horst Neidhard näher gebracht, ehe er auf das hier und jetzt sowie die Zukunftspläne für Faller einging. Marketingleiter Stefan Rude präsentierte die Entwicklung des Marketings und ging dabei vor allem auf die wichtigsten Neuerungen ein.

Horst Neidhard berichtete zunächst von seinem Einstieg bei Faller, dem Charme und Potential der Marke aber auch den großen Problemen im Unternehmen. Dies zeigte sich einerseits an der Notwendigkeit des Gangs in die Insolvenz aber andererseits auch an dem großen Medienecho, den diese auslöste. Für ihn war schnell klar das Faller überleben kann, denn es gab sehr viel Wissen im Unternehmen, nur eben nicht gebündelt und konsequent genutzt. „Diesen Firmenschatz des großen Einzelwissens galt es in echtes gemeinsam nutzbares Unternehmenswissen zu wandeln“, so Neidhard.

Einer der wichtigsten Faktoren für einen Neustart von Faller lag allerdings bei dem ihnen zugewiesenen Insolvenzverwalter. „Er gab uns die Chance, unsere Zukunftsvision umzusetzen und Faller wieder in die richtige Spur zu lenken“, wie der Geschäftsführer erläuterte. Dabei ging es nicht ohne Schmerzen für die Belegschaft, die von 180 auf 80 massiv verringert wurde und auch auf Gehalt verzichtete. Des Weiteren mussten die Produktionsstätten und -prozesse erneuert, die Vertriebsstrukturen neu ausgerichtet, das Image aufpoliert, die Verpackungen runderneuert und vieles mehr angepackt werden. Zusammen mit seinem neuen Marketingleiter Stefan Rude, den Neidhard in St. Gallen mehr oder weniger zufällig „eingefangen“ hat, ging er ans Werk.

„Im Kleinen gross“

Rude schilderte, wie zunächst untersucht wurde, wer ist denn eigentlich unser Kunde und wie können wir ihn erreichen? Wo gibt es Chancen, neue Kunden zu gewinnen? Letztlich zeigte sich, dass Emotionalisierung ein wichtiger Schritt ist, um die alten Kun-



Presse-Information

den zu halten und Neue gewinnen zu können. So entstand in der neu aufgebauten Marketingabteilung, zusammen mit der Agentur „designconcepts“ aus Furtwangen, die Idee der Miniaturwelten und der damit verbundene neue Markenclaim „Im Kleinen gross“. Was aber nicht nur die neuen Produkte erklären und begleiten sollte sondern auch als Symbol für die Verbindung der Generationen dient. Der Opa erklärt seinem Enkel jetzt mit den Miniaturwelten die Welt und schon ist die Chance gegeben, die neuen Kundengruppen der Zukunft für sich zu gewinnen.

Neue Vertriebswege

Neben einem neuen Markenclaim und neuen Produktionsprozessen waren vor allem neue Vertriebswege sehr entscheidend für die Zukunft von Faller. So durfte Discount genauso wenig ein Tabu sein, wie der überall präsente Online-Verkauf. Auf der Online-Seite hat sich Faller schnell Amazon als passende Plattform und Partner gewählt, eine wie sich zeigte, sehr erfolgreiche Kooperation. In Sachen Discount hat sich Faller Aldi angeschlossen und bietet einmal im Jahr ein spezielles Aldi-Produkt, das von den Kunden sehr gut angenommen wird.

Zum Schluss der Vorträge erläuterte Henning Dencks von designconcepts kurz einige zukünftige Planungen in der Online-Strategie, der Kreierung neuer Produkte sowie der Chance, nicht nur Produkte sondern auch Wissen zu verkaufen und zu vermarkten. Dies bietet exzellente Möglichkeiten, Kunden noch enger an das Unternehmen zu binden. Als Abschluss der Veranstaltung konnten sich die Gäste in der Ausstellung verschiedener Miniaturwelten nicht nur von der Faszination des Modellbaus überzeugen sondern auch das eine oder andere Stück selbst erwerben.

Über den Marketing-Club Schwarzwald-Baar (www.mc-sb.de):

Der Marketing-Club Schwarzwald-Baar e.V. wurde im September 2006 als einer von ca. 65 Clubs des Deutschen Marketing-Verbandes gegründet und hat heute rund 90 Mitglieder verschiedenster Branchen. Unter dem Dach des Deutschen Marketing-Verbandes versammeln sich weit mehr als 13.000 Mitglieder. Damit stellt der Deutsche Marketing-Verband nicht nur die größte deutsche Marketingorganisation, sondern auch die älteste, denn der Verband existiert seit 1956.

Marketing-Clubs stehen für regelmäßige Begegnung mit Frauen und Männern, die professionell mit Marketing zu tun haben, und das in der Regel auch in leitender Position. Marketing-Clubs stehen aber auch für Information, Meinungsaustausch und Diskussion zu verschiedensten Management- und Marketing-Themen. Dabei finden die monatlichen Veranstaltungen an unterschiedlichsten Orten in der Region und in unterschied-



Presse-Information

lichsten Formen statt. Von der Podiumsdiskussion bis zur Betriebsbesichtigung mit anschließender Vorstellung der jeweiligen Marketing-Philosophie gibt es alles. So gesehen ist der Marketing-Club Schwarzwald-Baar nicht nur die zentrale, branchenbezogene Begegnungsplattform für die Region, sondern verbindet vielmehr die Region aktiv mit den Marketing-Ballungsräumen wie z. B. München, Düsseldorf, Frankfurt, Berlin oder Hamburg. Selbstverständlich gibt es im Marketing-Club Schwarzwald-Baar auch Mitglieder, die nicht direkt im Marketing tätig sind, wohl aber dessen Bedeutung für ein erfolgreiches Geschäft überhaupt kennen: Unternehmerinnen und Unternehmer, Vertriebsleute, Personalleiter, Banker, Einzelhändler, Handwerker usw.

Pressefotos – Bildunterschriften

Bild 1:

Prof. Alexander Doderer, Präsident des Marketing-Clubs, Horst Neidhard, Geschäftsführer der Faller GmbH und Stefan Rude, Marketing- und Vertriebsleiter der Faller GmbH führten durch den Abend.

Bild frei zur Veröffentlichung

Foto: Carolin Doderer

Abdruck frei, Belegexemplar erbeten.

Kontakt:

Carolin Doderer

Geschäftsstellenleiterin

Marketing-Club Schwarzwald-Baar

Robert-Bosch-Straße 9

D - 78048 VS-Villingen

Tel: +49 (0) 7721-50 23 27

Fax: +49 (0) 7721-84 21 33

info@mc-sb.de

www.mc-sb.de

Antje Häcker

Vorstand PR und Öffentlichkeitsarbeit

Marketing-Club Schwarzwald-Baar

Robert-Bosch-Straße 9

D - 78048 VS-Villingen

Tel: +49 (0) 7721-50 23 27

Fax: +49 (0) 7721-84 21 33

info@mc-sb.de

www.mc-sb.de