



www.dortmund.ihk24.de

FAMILIENUNTERNEHMEN MIT TRADITION

Klavierkultur – Pianohaus van Bremen

SERIE „MEIN GUTES RECHT“

Fragen rund um Advent und Weihnachten

SONDERTHEMA

Energieeffizienz · Umweltschutz · Recycling

RUHR Wirtschaft

Das regionale Unternehmermagazin

November 2015

A close-up photograph of a young child with light hair and blue eyes, wearing a white Santa hat with a red trim. The child is smiling and resting their chin on their hands. The background is dark with out-of-focus blue and green bokeh lights.

**Weihnachtsmärkte
lassen Bilanzen glänzen**

Hell sein allein genügt nicht

Zwei Dortmunder Gründer überzeugen ihre Kunden mit einer Spar-Idee: LED-Lichtlösungen für professionelle Anwender. Die ersten wichtigen Referenzen haben sie bereits.

Ein Start-up zu gründen, ist nicht schwer – es am Markt zu etablieren, dagegen sehr“ – dieser Sinnpruch fasst die Herausforderungen zusammen, vor denen fast jeder Jungunternehmer steht. Denn die Idee für eine neue Dienstleistung oder ein neues Produkt zu haben, ist die eine Sache. Kunden zu gewinnen und einen kontinuierlichen Auftragseingang zu erreichen, eine andere. Viele Gründer unterschätzen die Herausforderung, bekannt zu werden und sich gegen etablierte Konkurrenten durchzusetzen. Sie sind der festen Überzeugung, dass ihr Angebot so gut ist, dass es sich von selbst verkauft. Doch das reicht meistens nicht aus, und so verschwinden viele Start-ups bereits wenige Monate nach ihrer Gründung vom Markt.

Dass es auch anders geht, zeigt das Beispiel des Dortmunder Start-ups lowenerlight (LEL) von Konstantin Kreß und Martin Kittel. Sie hatten



LED-Leuchten aus dem Programm.

die Idee, sich mit LED-Lichtlösungen für professionelle Anwender selbstständig zu machen. „Wir beraten unsere Kunden bei der Auswahl, Finanzierung und Installation von LED-Leuchten in Geschäftsräumen, Ladenlokalen oder Produktionshallen. Hier gibt es riesige Einsparpotenziale. Das ist vielen Unternehmen nicht bewusst“, weiß Konstantin Kreß, Geschäftsführer von LEL. „Viele denken: ‚Es ist hell – das reicht‘. Dadurch wird viel Geld verschenkt: So hat eine Studie der Deutschen Energie-Agentur ergeben, dass sich allein die Stromkosten mit den richtigen Leuchten um bis zu 40 Prozent senken lassen. Das muss man potenziellen Kunden aber erst einmal vermitteln, um Aufträge zu generieren. Daher haben wir von Beginn an auf ein umfassendes Kommunikations- und Marketingkonzept gesetzt“, berichtet Kreß.

Gemeinsam mit einem Berater analysierten die Jungunternehmer zunächst ihre Zielgruppen, um dann



BMS
Industriebau.

**Zukunft bauen.
Für den Mittelstand.***

* zum Beispiel: ein neues Hochregallager für die Theo Klein GmbH in Landau

**BMS · Briloner Montage- und
Schlüsselfertigbau GmbH**
Alte Heeresstraße 25 · 59929 Brilon
www.bms-industriebau.de · Tel: 02961 980-200



Die LEL-Geschäftsführer Konstantin Kreß (l.) und Martin Kittel.

Fotos: lowenerlight

entsprechende Maßnahmen durchführen zu können. „Wir haben uns gefragt: Wer sind potenzielle Kunden? Was bewegt sie? Wo erreichen wir sie am besten?“

Vorteile gezielt kommuniziert

Nach dem Abschluss dieser Untersuchung folgten dann Anzeigen und redaktionelle Beiträge in der Tages- und Fachpresse, darunter auch im Magazin Ruhr Wirtschaft der IHK zu Dortmund. „Wir wussten, dass wir die Vorteile unseres Angebots sachlich und klar kommunizieren müssen, um

Aufmerksamkeit zu erhalten. Dafür ist die Ruhr Wirtschaft ideal, da hier die Glaubwürdigkeit sehr hoch ist“, sagt Martin Kittel. Der Erfolg gibt ihnen Recht: Innerhalb weniger Monate konnten sie mehrere Unternehmen von ihrer Sparidee überzeugen, so zum Beispiel die Rhenus SE & Co. KG sowie den Multi-Channel-Lebensmittelhändler Emmas Enkel. „Bei beiden sind wir nun als LED-Lieferant gesetzt. Damit haben wir uns nicht nur langfristige Einnahmen gesichert, sondern auch wichtige Referenzen erschlossen, die wir wiederum zur Neu-

kundenakquise einsetzen können“, erzählt Konstantin Kreß.

Entsprechend empfehlen beide, sich schon vor Gründung eines Start-ups intensiv mit den Herausforderungen und Wünschen der potenziellen Kunden zu befassen: „Nur wer weiß, wie seine Zielgruppe tickt, kann sie auch erreichen und Aufträge genießen“, sagt Konstantin Kreß. „Dann ist die Grundlage gelegt, zum etablierten Unternehmen zu werden und sich auf dem Markt zu behaupten. Und das ist ja das Ziel jedes Gründers.“

www.lowenerlight.de



Gewerbepbau mit System: wirtschaftlich, schnell und nachhaltig

konzipieren bauen betreuen. www.goldbeck.de



GOLDBECK West GmbH, Niederlassung Ruhr
44801 Bochum, Lise-Meitner-Allee 2
Tel. 0234/32418-0, ruhr@goldbeck.de