

„Alles im Leben ist Marke“

Monday, 09. July. 2012 | career & network | Cover Story

Warum ausgerechnet ein „hässliches“ Exemplar seine Leidenschaft für Füllfederhalter weckte, warum China doch anders als erwartet ist und warum er sich im richtigen Beschäftigungsfeld wähnt, verrät Brand Management-Chef Roman Steiner im Gespräch.



Roman Steiner

Wien. Roman Steiner scheint ein gutes Händchen für Marken zu haben: Für Rewe hat er einst das „clever“-Markenprogramm gestartet und der Molkerei Oberwart hat er unter anderem mit der Entwicklung der ersten österreichischen Soja-Marke „Joya“ bei der Sanierung tatkräftig unter die Arme gegriffen. Seit knapp zwei Jahren bietet er mit seiner eigenen Marke „Original Gusswerk“ Schreibgerätegrößen wie Mountblanc oder Pierre Cardin die Stirn. „Mir ist klar, dass das kein Sprint ist, sondern ein Marathon, bis ‚Gusswerk‘ neben den renommierten Marken seinen Platz gefunden hat“, ist sich der ehemalige Marathonläufer und Geschäftsführer der auf Markenentwicklung und Design spezialisierten Agentur Brand Management bewusst.

Die Ziele steckt er sich nichtsdestotrotz hoch: „Bis 2015 will ich unsere Füllfederhalter und Rollerballmodelle bei allen Premium-Schreibwarenhändlern im urbanen Bereich Österreichs, der Schweiz, Deutschlands und Skandinaviens gelistet sehen“, so Steiner. Seine Leidenschaft für Schreibgeräte begleitet Steiner schon seit Kindertagen, als ihm sein Vater vor knapp 30 Jahren einen Füllfederhalter von Pierre Cardin schenkte. „Ehrlich gesagt: In meinen Augen war dieser Füllfederhalter einfach hässlich“, sagt Steiner. Dennoch sollte dieses Stück der Erstling einer über die Jahre auf rund 40 handverlesene Exemplare angewachsenen Füllfederhaltersammlung werden: „Ich bin aber kein klassischer Sammler, sondern hebe nur Stücke auf, die ich auch selbst benutze. Das sind keine Museumsstücke, die irgendwo verstauben. Das bloße Sammeln finde ich unnötig.“

Kontemplation

Vielmehr habe das Schreiben mit Feder und Tinte etwas Kontemplatives für ihn: „Wer mit der Hand schreibt, öffnet sich einen ganz besonderen, subtilen Zugang zu den Dingen; beim Schreiben per Hand kann man Dinge des zumeist hektischen Alltags bewusst und reiflich überlegt festhalten“, beschreibt er seine Philosophie. Der Weg von der Idee zum fertigen

Füllfederhalter war aber nicht nur Kontemplation allein: „Ich bin kein gelernter Werber und habe mir über die Jahre als Markenmanager einen kritischen Zugang zur Markenführung erarbeitet. 2007 habe ich mich dann selbstständig gemacht, weil ich mein erworbenes Wissen über den Aufbau einer Marke endlich auch selbst nutzen wollte“, beschreibt er die Genese seiner eigenen Agentur. Roman Steiner ist gelernter Tourismuskaufmann, ausgebildeter Masseur und Shiatsu-Praktiker sowie ehemaliger Jus-Student, wie er amüsiert erzählt. „Und statt in zwanzig Jahren dazusitzen und ‚Ach hätte ich damals nur ...‘ zu sagen, wollte ich mein Glück versuchen und auch meine eigene Marke kreieren und nicht nur anderen erklären, wie man eine Marke erfolgreich aus der Taufe hebt.“

Was folgte, waren zwei Jahre Marktanalyse und Produzentensuche: „Ich hatte die verrückte Illusion, ein in Österreich hergestelltes Produkt zu lancieren“, so Steiner. „Aber dann wäre ich in der Preisklasse des Mitbewerbs gelandet – und das wollte ich so absolut nicht.“ Hergestellt werden die Füllfederhalter daher stattdessen in China – nicht nur wegen des Preises, wie er etwaigem Naserümpfen in der Branche entgegnet: „Bei meinem Besuch in China musste ich mein bis dato vollkommen falsches Bild von dem Land komplett revidieren.“ Natürlich gäbe es dort auch die quasi unvermeidliche Billigproduktion.

„Die chinesischen Unternehmen können aber mehr, als in Europa vermutet wird. Und ich bin überzeugt, dass zehn bis 15 Prozent der dort ansässigen Firmen mit unseren Unternehmen qualitativ gleichauf liegen, wenn nicht sogar überlegen sind.“ Mit der Produktion in China schließt sich seiner Meinung nach auch ein Kreis – schließlich sei China „die mehrere Jahrtausende alte Wiege der Schreibkultur“, so der bald zweifache Familienvater. Ob er sich bei all der Euphorie für sein Unternehmen eine alternative Form des Broterwerbs vorstellen kann? „Vermutlich wäre ich im Markenmanagement eines KMU. Das ist meine absolute Leidenschaft. Schließlich ist alles in unserem Leben ‚Marke‘.“ (jawe)

10 Fragen an Roman Steiner

Als Kind wollte ich immer ... groß werden.

Mein Lebensmotto ist ... „Alles ausprobieren!“

Mein letztes Geld würde ich ausgeben für ... meine Familie.

Darüber kann ich lachen ... gerne auch über mich selbst.

Das letzte Buch, das ich gelesen habe, war ... „Mind Time“ von Benjamin Libet.

In 20 Jahren werde ich ... alt sein.

Davor habe ich Angst ... dem Ende.

Ich lebe viel zu gern.

Das ist meine größte Stärke ... Leidenschaft.

Das ist meine größte Schwäche ... Sturheit.

Mit dieser Person würde ich gerne für 24 Stunden die Rollen tauschen ... mit meiner Frau.