



Auf einer Wellenlänge beim Brainstorming (von links): Monika Veit, Ines Ben-Saad, Martin Solbach und Jürgen Nowak

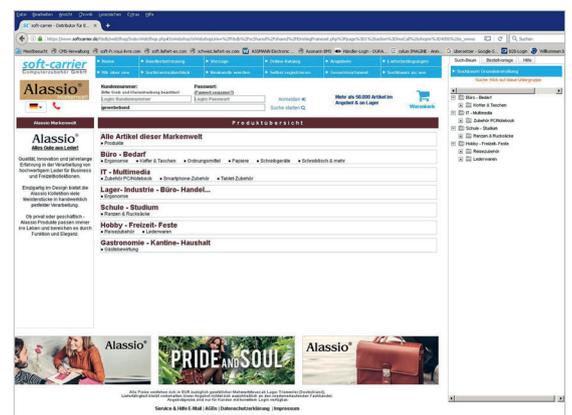
Inspirierende Partnerschaft für beide Seiten

Vor 40 Jahren wurde der Taschen-Spezialist **Jüscha** gegründet, der Großhändler **soft-carrier** startete vor etwas mehr als 30 Jahren mit einem ganz eigenständigen Konzept. Seit 20 Jahren arbeiten beide Unternehmen inzwischen zusammen – eine Erfolgsgeschichte, die es nicht so oft gibt.

Kontinuierliches Wachstum – das haben sich sowohl Monika und Thomas Veit von soft-carrier als auch die beiden Jüscha-Geschäftsführer Martin Solbach und Jürgen Nowak auf die Fahnen geschrieben. Realisiert haben beide Seiten in den vergangenen 20 Jahren eine beeindruckende Entwicklung vom verhaltenen Start in 1998 mit Notebook-Taschen bis zur heutigen nahezu Komplett-Listung mit knapp 400 Produkten, wobei nahezu die Hälfte des Umsatzes mit den erfolgreichen Business- und Freizeit-Kollektionen der Markt „Alassio“ realisiert werden. Möglich wurde die Erfolgsgeschichte vor allem durch die gleiche Wellenlänge der handelnden Personen, die den persönlichen Austausch, Kreativität, das Brainstorming für neue Ideen und gemeinsame Vermarktungsaktivitäten und insbesondere Verständnis füreinander in den Mittelpunkt stellen. Gezeigt hat sich

dies gerade auch im aufgrund der Asienproblematik nicht ganz einfachen Jahr 2017, das beide Partner weiter zusammengeschweißt hat.

1978 wurde der Taschen-Spezialist Jüscha von Hermann Jüchter gegründet. Das Sortiment des in Wermelskirchen im Bergischen Land ansässigen Unternehmens hat sich inzwischen auf mehr als 560 Artikel erweitert. Es reicht, gefasst in sechs eigenständigen Marken, von der Schreibmappe über Leder- und Aluminiumkoffer, Rucksäcken oder Terminplaner bis zu diversen Nylonprodukten. Am Firmensitz stehen an Lagerfläche mehr als 5000 Palettenplätze zur Verfügung. Mittlerweile gehört das nach dem Alter immer noch vergleichsweise jun-



Übersichtlich und funktional: die „Alassio“-Markenwelt bei soft-carrier

ge Unternehmen zu den etablierten Playern in der Büro-, Werbeartikel- und Lederwarenbranche. Martin Solbach und Jürgen Nowak, die zweite Inhaber-Generation, hatten sich vor rund 16 Jahren zu Studentenzeiten und später im Job bei einer Unter-

nehmensberatung kennen und schätzen gelernt.

Die gleiche Wellenlänge und Wertevorstellungen, die beide im Geschäftsleben und in der Zusammenarbeit mit Kunden und Partnern teilen, war auch die Basis für die Kooperation mit soft-carrier, „auch wenn man sich in der Anfangsphase erst einmal zusammenraufen musste“, wie Monika Veit bestätigt. „Recht schnell wurde aber deutlich, dass beide Seiten das gemeinsame Potenzial gesehen haben, das mit neuen Ideen und Kreativleistungen rund um das Thema Mobilität gehoben werden kann“, unterstreicht Jürgen Nowak beim gemeinsamen Gesprächstermin. „Wichtig war und ist zudem, dass beide Partner die gleiche Marken-Strategie verfolgen“, ergänzt Monika Veit. „Und dazu gehört auch das Ziel, die Marken, die jeweils eine eigenständige Stilrichtung verkörpern, dauerhaft bei den verschiedenen Zielgruppen zu platzieren, wofür soft-carrier der ideale Partner ist“, betont Martin Solbach. Ein nicht zu unterschätzender Aspekt ist zudem die perfekt aufeinander abgestimmte Zusammenarbeit. „Wir benötigen 1A-Content, angefangen von anspruchsvollen Bildern bis zu Videos, die auch die Anwendung zeigen“, erklärt Ines Ben-Saad, die Jüscha-Marken-Betreuerin bei soft-carrier. „Und dies bekommen wir inklusive eines durchdachten



Emotionaler Auftritt: Jüscha-Katalog und -Imagebotschaft

Werbeplans bei Jüscha vorbildlich.“ Martin Solbach und Jürgen Nowak schätzen an der Zusammenarbeit mit soft-carrier neben dem kreativen Gedankenaustausch vor allem die Lösungsorientierung und die Umsetzungsstärke und -geschwindigkeit, die notwendig seien, um erfolgreich sein zu können. Beide Seiten profitierten von den intensiven, auch teils kontrovers geführten Diskussionen, da sie eigentlich immer zukunftssträchtige Ergebnisse bringen würden. „Und wenn dann noch die Umsetzung schnell erfolgt, wird daraus oftmals eine Erfolgsgeschichte“, so Jürgen Nowak. Von

genereller Bedeutung ist zudem, gemeinsam an Zukunftsthemen zu arbeiten, wie Monika Veit unterstreicht. Wichtig derzeit sei, den verstärkten Trend zur Mobilität zu nutzen. „In Zeiten der fortschreitenden Digitalisierung verändern sich die Anforderungen an Transportmittel ins Büro und in der Freizeit – dafür müssen und wollen wir die richtigen Antworten finden“, zeigen sich die Partner optimistisch, die Erfolgsgeschichte fortzuschreiben zu können.

www.softcarrier.de
www.juescha.de

Erwecken Sie Farben zum Leben

Konsistenter, lebendiger und zuverlässiger Farbtoner

Katun Performance™ ist unsere führende Marke und umfasst unsere Produkte von höchster Qualität, die OEM-äquivalente Lebensdauer, ausgezeichnete Bildqualität und hervorragende Farbwiedergabe bieten. In ähnlicher Weise weisen Katun® Business Color-Produkte eine konsistente Bildqualität und Farbwiedergabe auf, die die Erwartungen der Endanwender in Bezug auf Business-Farbanwendungen erfüllt oder übertrifft. Diese Produkte kombinieren erhebliche Kosteneinsparungen, eine starke Produktleistung und ein hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis..

Jetzt ist es an der Zeit, sich für einen Farbpartner zu entscheiden -

Wenden Sie sich an Ihren Katun-Vertreter, um zu sehen, wo Sie Einsparungen erzielen können, ohne Kompromisse bei der Qualität einzugehen!

www.katun.com/eu/de

KATUN®