



# Tragende Rolle im Marketing



**ALDISPLAYS. Ihre Kunden kennt jeder, ihre Produkte auch. Nur ist den meisten nicht bekannt, wer dahinter steckt. Dabei liefert die Kölner Aldisplays GmbH das Rahmenprogramm für Werbung.**

Wer hätte das vor fünf Jahren gedacht. Als Rolf Göpfert und Marcus Meinhold damals eine fixe Idee zum realen Leben erweckten, wagten sie nicht zu träumen, dass der Umsatz ihres Unternehmens im Jahr 2000 im zweistelligen Millionenbereich liegt und zehn Mitarbeiter zum Team gehören. Genau das ist jedoch eingetreten. Und ganz so wunderbarlich ist der steile Aufstieg gar nicht. Schließlich nutzten die beiden Firmengründer die Gunst der Stunde – die Werbewut der deutschen Unternehmen.

Werbung lebt von der richtigen Präsentation. Plakate wirken fade ohne Rahmen, Prospekte sind nur ein wilder Haufen Papier, wenn sie nicht im Ständer stehen, und niemand bekommt nachts Lust auf ein Eis, wenn kein Leuchtkasten die Werbung ins rechte Licht setzt. Und genau das macht die Aldisplays GmbH: Sie entwickelt und vertreibt Plakatträger und andere Display-systeme. Dabei handelt es sich zum einen um Standardprodukte wie Plakaträhmen, Kundenstopper, Prospektständer oder Leuchtkästen, die in den gängigen Formaten direkt ab Lager erhältlich sind. Ein weiterer Schwerpunkt liegt im Bereich der Promotion-Systeme, also mobile Präsentationssysteme für Messen, Ausstellungen oder Point-of-Sale-Aktivitäten. Aber auch die kundenindividuelle Entwicklung von Displaykonzepten gehört ins Repertoire des Teams. „Unsere Aktivitäten reichen mittlerweile so weit“, erklärt Rolf Göpfert stolz, „dass wir eigene Marken und technische Schutzrechte für die von uns entwickelten Produkte anmelden“. Jüngstes Beispiel: eine ultraflache Leuchtvitrine, die heute in rund 1.500 Bussen und Bahnen

Trägermedium für Werbung aller Art- Produkte der Kölner Aldisplays GmbH präsentieren die Werbung ihrer Kunden.

Aldisplays-Gründer Rolf Göpfert (rechts) und Marcus Meinhold setzen die Werbung bekannter Markenhersteller in Szene.

für Dia-Leuchtwerbung eingesetzt wird. „Hier war sogar ein TÜV-Einzelgutachten mit zusätzlichen Prüfzeichen erforderlich“, erläutert Göpfert den individuellen Charakter dieses Auftrages. Bei einer solch tiefen und breiten Produktpalette ist es nicht verwunderlich, dass sich die Kundenliste wie das „Who is who“ der deutschen Wirtschaft liest, andererseits aber auch der „Bäcker um die Ecke“ findet, was er sucht. „Das ist das Schöne“, bestätigt Marcus Meinhold, „jeder kann unsere Produkte einsetzen“.

Ohne Unterstützung von außen würden die zehn Mitarbeiter die Aufträge gar nicht bewältigen können. Daher werden bei Aldisplays einige Arbeiten outgesourct – schon aus Gründen der Kosteneffizienz. Produziert wird beispielsweise am Standort Köln fast gar nichts. „Es würde sich nicht rechnen, einen hoch technisierten Maschinenpark anzuschaffen, der dann nicht ausgelastet wäre“, konstatieren die beiden Geschäftsführenden Gesellschafter. „Da stecken wir unsere Energie lieber in die Kernkompetenzen – die Produktentwicklung, das Marketing und den Vertrieb.“

Bei Standardprodukten kommt es natürlich in erster Linie auf einen funktionierenden Vertrieb an, genauer gesagt auf die prompte Lieferung der Produkte. „Kein Kunde soll länger als 24 Stunden auf sein Angebot warten“, erläutert Marko Fischer, der für die Auftragsabwicklung und die technische Begleitung verantwortlich zeichnet, die Philosophie des Unternehmens. Schnelligkeit ist aber auch für die Kunden mit den etwas ausgefalleneren Wünschen Trumpf. „Obwohl sie kein Produkt von der Stange gebrauchen können, sind langatmige und kostspielige Produktentwicklungen nicht drin“, kommentiert Heribert Höck, zuständig für die Betreuung und den Aufbau zahlreicher Key-Accounts. Die Kunden suchen schnelle und unkomplizierte Lösungswege, obendrein kostengünstige Produkte, kompetente Ansprechpartner und perfekten Service – kurzum „kreative Displaysysteme aus einer Hand“. Für die Aldisplays-Crew kein Problem, bringen doch alle Mitarbeiter jahrelange Erfahrung im Display-Bereich mit. Nur wenn die Kundenwünsche besonders weitgehend sind, wird eine örtliche Design-Sozietät konsultiert,



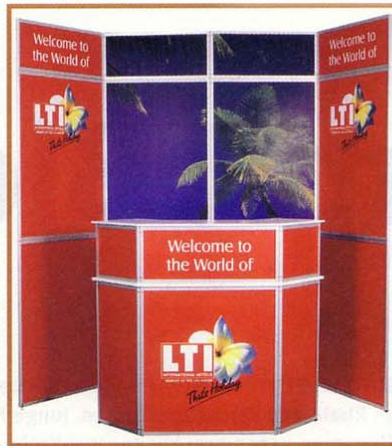
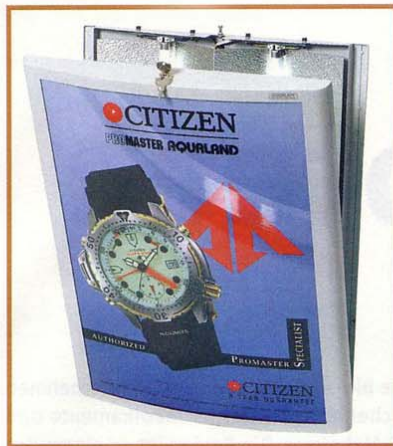
Flexibel und individuell:  
Posterrahmen mit einfachem Klappmechanismus und Plakatständer in Sonderausführungen.

die hilft, die optimale Präsentationsform zu finden und das entsprechende System zu entwickeln.

Flexibel reagieren – das ist heutzutage unverzichtbar. Dem Kölner Unternehmen ist diese Tatsache bewusst. Dazu gehören vor allem kurze Reaktionszeiten auf Kundenanfragen. Ein ausgefeiltes Vertriebs-Informationssystem mit integrierter Kun-

datenbank und einem Tool zur automatisierten Angebotserstellung sowie ein Warenwirtschaftssystem zur reibungslosen Abwicklung der Einzelaufträge sind dabei wichtige Hilfsmittel. Auch im E-Business ist das Unternehmen fit. Die Firmen-Website macht Kunden neugierig auf die Produkte, die Kommunikation via E-Mail ist schnell und kostengünstig.

Aber auch die geistige Flexibilität aller Mitarbeiter trägt maßgeblich zum Erfolg des jungen Unternehmens bei. „Wir haben ein hoch motiviertes Team zusammengestellt, jeder handelt eigenverantwortlich und denkt unternehmerisch.“ Das liegt auch an den flachen Hierarchien im Haus. „Wir packen gemeinsam an und trinken ab und zu auch gemeinsam ein Glas



Zielgruppe gezielt abholen: beleuchtete, ultraflache Plakatvitrine für Werbung in Bussen und Bahnen sowie komplette Messestände für überzeugende Präsentationen.

Sekt“, verrät Göpfert. Apropos anpacken: Für die beiden Geschäftsführer ist es selbstverständlich, dass sie in besonders turbulenten Zeiten schon mal höchstpersönlich den LKW abladen.

Die ganz und gar stürmischen Zeiten liegen jedoch erstmal hinter dem Team. Von Ermüdungserscheinungen ist aber noch längst nichts zu spüren. Der Mitarbeiterstab soll noch in diesem Jahr auf 12 bis 15 anwachsen. Vielleicht werden demnächst auch Lehrlinge ausgebildet. Die Ausbilderereignungsprüfung besitzt Rolf Göpfert, bislang erschien ihm lediglich das Alltags-

geschäft zu hektisch für einen Azubi. Auch die Räumlichkeiten im Gewerbegebiet Köln-Dellbrück lassen Expansionspläne zu.

Und die Zukunft des Marketing? Ist das Geschäft mit Displaysystemen auch in den nächsten Jahren noch Erfolg versprechend? Sind statische Bilder noch zeitgemäß oder muss künftig alles bewegt und elektronisch sein? Die Firmengründer blicken optimistisch nach vorne. Zum einen steigen die Werbebudgets der Unternehmen noch immer. Und wenn man sich die Entwicklung etwas genauer anschaut, erkennt man einen Trend in

Richtung verstärkter Verkaufsförderungsaktionen am Point of Sale. Vor allem dort braucht man nach wie vor Plakate und Prospekte, also auch Plakaträhmen und Prospektständer, Leuchtkästen und Faltdisplays, Postervitrinen und Klapprahmen. Und wer demnächst ein bisschen genauer hinschaut, der wird sie überall erkennen, die Produkte der Aldisplays GmbH – das Rahmenprogramm für die Werbung.

Text: Sabine Hölper  
Fotos: Wolfgang Burat und Aldisplays

Internet-Infos:  
[www.aldisplays-deutschland.de](http://www.aldisplays-deutschland.de)