

INTERVIEW MIT ALEXANDER HOYER, DANKEBOX

„Es geht am Ende um Wertschätzung“

Das Düsseldorfer Start-up Dankebox ist bekannt für hochwertige, personalisierbare Präsentboxen mit stilisiertem Design außen und edlen Produkten im Innern. Wie die Corona-Krise das 2016 gegründete Unternehmen zunächst zurückwarf, bevor es gestärkt daraus hervorging, und wie wichtig eine nachhaltige Unternehmensführung ist, berichtet Geschäftsführer und Gründer Alexander Hoyer im Interview mit den *WA Nachrichten*.



Herr Hoyer, die Covid-19-Pandemie hat weltweit großen wirtschaftlichen Schaden angerichtet und auch die Werbeartikelbranche hart getroffen. Wie ist Dankebox als Start-up durch die Krise gekommen?

Alexander Hoyer: Wir hatten Anfang 2020 viele Marketinginvestitionen getätigt, z.B. in Messen und Printwerbung, aber auch in Online-Marketing. Dafür hatten wir den Gewinn des Weihnachtsgeschäfts reinvestiert, um weiter zu wachsen. Durch die Corona-Krise sind unsere Investitionen teilweise verpufft, da die Nachfrage im Bereich Werbeartikel zeitweise auf Null gesunken war. Manche Kunden haben aus genereller Vorsicht das Budget eingefroren, jedoch haben wir auch viele Auftraggeber aus den Segmenten Events und Tou-

rismus, die natürlich unmittelbar von den wirtschaftlichen Folgen der Covid-19-Pandemie betroffen waren.

Ein positiver Effekt für uns waren die ausgefallenen Weihnachtsfeiern, da viele Unternehmen ihren Mitarbeitern stattdessen ein Präsent überreichen bzw. schicken wollten. Das Thema Mitarbeiter-Präsente hat im letzten Jahr stark angezogen. Dank der hohen Nachfrage konnten wir unser schwaches erstes Halbjahr kompensieren. Jedoch mussten wir dann schauen, wie wir der Nachfrage gerecht werden. So kam es dazu, dass wir im November 2020 ein im Lockdown geschlossenes Düsseldorfer Brauhaus angemietet und temporär alle Kellner angestellt hatten. Durch diese eigene kleine Weihnachtswerkstatt konnten wir den Aufträgen gerecht werden.

Dankebox fördert aktiv das Arbeitsmodell „Remote Work“. Worauf kommt es bei der Arbeitsweise besonders an?

Bei unserer Gründung war das Remote-Arbeitsmodell eher aus der Not geboren als eine strategische Entscheidung. Oft haben Start-ups ja zu Beginn keine Büroräume oder aufwändige Infrastrukturen. Vereinfacht gesagt, versucht man zunächst, mit Handy und Laptop eine Firma aus dem Nichts aufzubauen. Der Fokus liegt dabei auf der Entwicklung und Vermarktung eines innovativen und marktfähigen Produkts.

Später haben wir dann aus einer Not eine Tugend gemacht, denn es wurde schnell klar, dass ein Remote-Arbeitsplatz sehr von den Mitarbeitern geschätzt wird. Für sie ist es ein Argument, sich bei Dankebox zu be-

werben. Ähnlich wie Gehalt oder Firmenwagen, ist auch Full-Remote ein Anreiz, da der Weg zur Arbeit entfällt und Mitarbeiter so deutlich mehr Flexibilität erlangen. Dieses Modell basiert natürlich stark auf Vertrauen; wir kontrollieren nicht, wie, wo und wie lange unsere Mitarbeiter arbeiten. Stattdessen arbeiten wir mit klaren Zielvorgaben und Anreizen, wenn die Ziele erreicht werden. Während des Lockdowns haben wir sehr von diesem Arbeitsmodell profitiert, da wir keine Fixkosten für Räumlichkeiten hatten.

Wie entsteht denn Team-Spirit, wenn alle Mitarbeiter remote arbeiten?

Es gibt natürlich auch physische Team-Meetings und Events, wie Besuche bei unseren Lieferanten und Kunden. Z.B. schöpfen wir gemeinsam bei unserem Papierhersteller am Tegernsee Papier und schauen uns die Produktion an. So wird nicht nur der Team-Zusammenhalt gestärkt, sondern auch die Identifikation mit dem Produkt und der Marke. Vertriebsmitarbeiter erlangen zudem ein tieferes Verständnis vom Produkt und können es so besser erklären.

Selbstverständlich nutzen wir auch Kollaborations-Software wie Microsoft 365 und Teams für Videokonferenzen und die effiziente Abstimmung im Team. Auch eine gute und aktiv gelebte Meeting-Kultur ist bei der Remote-Arbeit hilfreich. Außerdem gibt es ja auch noch die Messen, auf denen wir uns physisch treffen. Dort kommt das Dankebox-Team zusammen und verfolgt eine gemeinsame Mission.

Denken Sie also gar nicht über feste Büroräume nach?

Wir schließen einen festen Standort in Zukunft nicht aus, aber nicht als Selbstzweck. Wenn wir Räume anmieten, dann werden wir das tun, weil die Firma, die Abläufe oder die Kunden davon profitieren. Ein Beispiel wäre eine temporäre Weihnachtswerkstatt, wo man durch eine gewisse Zentralisierung mehr Output in kürzerer Zeit schafft. Es geht dabei aber nie darum, den Mitarbeitern über die Schulter zu schauen, das ist für uns Old Economy. Gerade Mitarbeiter im Vertrieb und Marketing müssen nicht zwingend vor Ort sein. Wenn die Beratungs- und Sprachqualität sichergestellt ist, können sie ihren Arbeitsort frei wählen. Das darf in der ruhigen Sommerzeit auch gerne mal am See oder am Meer sein, solange die Ziele erreicht und die Kunden gut betreut werden. Natürlich geht das nur mit einer guten Struktur im Hintergrund, es muss feste Prozesse und Abläufe geben, eine durchdachte, cloudbasierte Technik und eine klare, vereinende Corporate Identity.

Dass digitale Prozesse auch vor der haptischen Werbung nicht Halt machen, hat das vergangene Jahr deutlich gezeigt. Wie greift Dankebox das Thema auf?

Wir programmieren gerade ein ERP-System. Dabei handelt es sich um eine IT-Lösung, die alle Geschäftsprozesse in einem Tool abbildet. Es beinhaltet Module wie CRM, Buchhaltung, Angebotswesen sowie Warenwirtschaft. Zudem digitalisieren wir permanent Abläufe und Unternehmensbereiche, wenn es den Kundennutzen oder die Effizienz erhöht. Wir sind eigentlich immer am Tüfteln, wie wir unserem Slogan „Maximale Wertschätzung, minimaler Aufwand“ gerecht werden können. So ha-



Traditionelle Glaskugeln Mundgeblasene Kunst

... aus dem Schwarzwald
ef
emotion
factory



Vogelfutter to-go Aktiver Artenschutz





ben wir früher von unseren Kunden Versandadressen teilweise per E-Mail erhalten. Doch der Einzelversand wurde immer stärker nachgefragt, nicht zuletzt aufgrund von Corona, da die Empfänger größtenteils im Homeoffice sind. Wir haben daher ein Tool entwickelt, das den Einzelversand sauber strukturiert und digitale Anbindungen, Adressprüfungen oder auch einzeln personalisierte Grußkarten in großen Mengen im Seriendruck ermöglicht.

Aktuell arbeiten wir an der digitalen Verlängerung unserer Grußkarten. Über einen aufgedruckten QR-Code kommt der Beschenkte z.B. zu einer Video-Grußbotschaft des Vorstands. Natürlich haben wir ein haptisches Produkt, aber wir nutzen im Background digitale Tools und Prozesse, um größtmöglichen Kundennutzen zu stiften.

Um sich abzuheben und durchzusetzen, müssen Unternehmen einen gewissen Mehrwert bieten. Mit welchen Services überzeugt Dankebox?

Da wäre z.B. unser Service „Dankebox on Demand“. Hier kann man einen individuellen Schubler in größeren Mengen vorproduzieren und dann Teilabrufe mit immer frischen Inhalten tätigen. Oder auch das Thema Bundling: Wir legen für unse-

re Kunden zusätzlich zur Dankebox auch gern einen Einkaufsgutschein, eine gerahmte Urkunde oder einen Vorstandsbrief in den Versandkarton. Für einen Kunden haben wir z.B. Rentier-Haarreifen zu Weihnachten beigelegt. Wir arbeiten mit einem Fulfillment-Dienstleister zusammen, der ohne Probleme auch den Einzelversand von mehreren tausend Boxen koordinieren kann – auch mit einzeln personalisierten Grußkarten. Zudem bieten wir den Einzelversand nahezu weltweit an und sind FDA-zertifiziert, können also Lebensmittel in die USA einführen. Wir bieten sehr hohe Farbgenauigkeit und grafische Präzision und dürfen daher z.B. offiziell das Logo von Porsche prägen. Viele weitere Services wie etwa eine Unterschrift auf der Grußkarte, Sonderpapiere oder individuelle Illustrationen sind ebenfalls möglich. Generell überlegen wir immer, wie wir mit neuen Services unsere Markenwerte unterstreichen können: hochwertig, persönlich und nachhaltig.

„Nachhaltigkeit“ als Unternehmenswert – wie nähern Sie sich dem Thema?

Wir übernehmen soziale und ökologische Verantwortung. Dankebox versendet z.B. klimaneutral mit DHL GoGreen. Im Bereich Druck und Veredelung erreichen wir Kli-

maneutralität über ein Ausgleichszertifikat. Aber auch im Einkauf achten wir auf nachhaltige Rohstoffe. Wir nutzen z.B. Gmund-Papier aus Bayern und beziehen regional erzeugte Feinkost-Inhalte von Manufakturen und Familienbetrieben. Für uns ist „Made in Germany“ ein wichtiges Thema, denn wir wollen eine nachhaltige und wertige Alternative zu den altbekannten Werbeartikeln aus Fernost bieten. Dankebox ist die ideale Lösung, wenn jemand ein edles und wertschätzendes Präsent sucht.

Zudem arbeiten wir mit integrativen Werkstätten hier in NRW zusammen. Diese leisten eine erstklassige, gewissenhafte Arbeit und achten auf jedes Detail. Natürlich gehen damit auch Herausforderungen einher: So werden auch in Stoßzeiten keine Überstunden gemacht, und die Kapazitäten sind natürlich begrenzt. Das lösen wir aber, indem wir dezentral mit aktuell zwölf Werkstätten in der Region zusammenarbeiten. Die Vorteile überwiegen für uns, da wir als Unternehmen nachhaltig und sozial verantwortlich arbeiten wollen. Bei Dankebox geht es am Ende um Wertschätzung, daher möchten wir, dass in dem Produkt so viel Wertschätzung wie möglich steckt.

HAPTICA® live '21: H, D3

Mit Alexander Hoyer sprach Joanna Meißner.



In der Krise zum Team geworden (v.l.): Dankebox-Gründer Alexander Hoyer, Dirk Rouenhoff, Braumeister und Prokurist des Brauhauses *Zum Schlüssel*, und Dankebox-Gründer Wilhelm Meyer neben den Braukesseln.



Kellnerinnen und Kellner der Hausbrauerei *Zum Schlüssel* beim Konfektionieren der individuellen Dankeboxen.