



Nachvollzogen: der Erfolgsweg der Start-up-Firmen „SuitArt“ und „Diamond Heels“

Ein Trio nach Mass



Von links: David Bachmann, Mathias Böhm, Marc Massenz

Der Unscheinbare hat das Besondere. Glattbrugg, Stelzenstrasse, nur ein paar Schritte entfernt von der Tramhaltestelle Lindberghplatz. Hier ist sein Office: so überschaubar wie ein Vorzelt. Im Blickfeld: der Showroom ohne Show und Schickimicki. Sein Eintreten: so unaufgeregt wie seine Aktentasche, die er feinsäuberlich neben der Eingangstür abstellt. Sein Auftreten: betont zurückhaltend, aber bewusst selbstbewusst. Die Rede ist von David Bachmann, erfolgreicher Schweizer Jungunternehmer, hellwacher Geist, glasklare Stimme, begehrter Gastredner an Universitäten oder bei exklusiven Business-Meetings. Entwaffnend überzeugend: seine Umsetzung von logischen Gedankenzusammenhängen in einfache Worte. Was oft so simpel klingt, hat seinen Sinn. Sein Verstand: gewinnbringend – so auch der bleibende Eindruck.

Schon in seiner Kindergartenzeit verkaufte der 25-Jährige Spielsachen, mit zehn Jahren waren es Nähmaschinen, heute hat David Bachmann mit seinen Geschäfts-

partnern Marc Massenz und Mathias Böhm zwei KMU mit 30 Angestellten: Seine Firma „SuitArt“ liefert massgeschneiderte Herrenanzüge – jetzt schon im fünften Jahr. **Upd@te** traf David Bachmann in Glattbrugg.

Herr Bachmann, wie hat das denn alles angefangen?

David Bachmann: Die meisten Unternehmer haben eine Geschäftsidee und gründen dann eine Firma. Bei uns war es umgekehrt: Wir wollten unbedingt eine eigene Firma haben. Die Geschäftsidee kam erst später. Wir haben sie unter mehr als 40 Alternativen ausgewählt.

Warum waren Sie so scharf darauf, Unternehmer zu werden?

David Bachmann: Bevor ich zur Armee ging, war ich vier Monate lang Angestellter für einen Fixlohn von 4 500 Franken, und da habe ich gemerkt: Ob ich Vollgas gebe oder mich einfach nur zurücklehne – egal, ich habe immer denselben Lohn, auch wenn ich doppelt so viel leiste wie ein anderer, der auch 4 500 Franken hat. Der Lohn ist einfach für die Zeit, die man da ist. Das hatte zur Folge, dass ►

„Ein Start mit Schulden bedeutet Last. Ballast. Viele Start-ups sind deswegen gescheitert.“

David Bachmann



► Ich schon nach einer Stunde auf die Uhr guckte und dachte: noch sieben Stunden nicht honorierte Langeweile! Deshalb beschloss ich, selber etwas aufzubauen, damit das, was ich tue, auch Sinn macht.

Aber zum Unternehmertum gehört doch etwas mehr als nur der feste Wille, ein Unternehmer zu sein, oder?

David Bachmann: Nach dem Sportgymnasium nahmen meine Schwester und ich am IVE Businessplan-Wettbewerb teil. Unser Plan war der viertbeste, und ich durfte ihn der Handelskammer präsentieren. Gleich danach kamen unabhängig voneinander drei Herren, gaben mir ihre Visitenkarte und boten an, das Projekt zu finanzieren. Ich hatte sie offenbar überzeugt.

Na prima! Das war also der Startschuss ...

David Bachmann: Nein, so nicht ganz. Der Businessplan von mir setzte 1,8 Millionen Franken Startkapital voraus. Und da ich nun gleich auf Anhieb solche Angebote hatte, fiel bei mir der Groschen: Wer etwas gewissenhaft und ernsthaft tut, kommt auch zum Ziel. Das war dann auch der Moment, in dem ich wusste: Nie wieder ange stellt sein!

Betraif Ihre Businessidee schon Textilien?

David Bachmann: Nein, da ging es um ein Hilfswerk in Malawi. Das setzt jetzt meine Schwester mit ihrem Mann um.

Wie fanden Sie Ihren Partner?

David Bachmann: Auf der Heimreise von der Businessplan-Präsentation fuhr ich mit Mathias Böhm im selben Zug. Er hatte meine Präsentation gesehen und fand sie super. Wir kamen ins Gespräch und nach fünf Stunden wussten wir: Wir wollen gemeinsam eine Firma gründen.

Und woher kam die Geschäftsidee?

David Bachmann: Wir beide sind kreativ und brauchen nur Zeitung zu lesen, schon entstehen neue Ideen. Für Massanzüge entschieden wir uns, weil diese Branche offenbar nicht organisiert ist. Wenn man bestehende Marktteilnehmer zu einem System organisiert, kann man darauf immer ein Geschäftsmodell aufbauen. Natürlich gab es vorher einiges zu klären.

Das Startkapital...

David Bachmann: Wir wollten aus dem Cashflow wachsen. Das haben wir dann auch die ersten zweieinhalb Jahre getan. Ein Start mit Schulden bedeutet Last. Ballast. Viele Start-ups sind deswegen gescheitert.

Wie begannen Sie?

David Bachmann: Wir mussten erst einmal das Business lernen. Ich flog dank meiner Kreditkarte nach Thailand, schaute mir zig Schneidereien an und wählte nach dem Bauchgefühl zwei aus, die unsere Anforderungen erfüllten.

Welche waren das?

David Bachmann: Die Schneidereien sollten komplexe Bestellungen schnell, flexibel und zu vernünftigen Preisen ausführen, und das auch unter fairen Arbeitsbedingungen. Ich liess mir beibringen, wie man die Masse nimmt, zeichnete alles mit einer Videokamera auf und schaute mir das Video zu Hause an, bis ich es anwenden konnte. Dann brachte ich es meinem Geschäftspartner bei.

Wie fanden Sie Ihre Kunden?

David Bachmann: Wir haben im Internet Anzeigen geschaltet, auf Scout24 und anderen Gratis-Portalen. Die ersten Kunden haben wir noch zu Hause in der Stube bedient, wo wir die Masse und alle Details aufgenommen haben.

Ohne Kapital?

David Bachmann: Stimmt nicht ganz. Wir haben erst dann Anzüge bestellt, nachdem wir die bereits verkauft hatten. Die ersten fünf Kunden im Februar 2009 haben für knapp 5 000 Franken eingekauft.

Und im März?

David Bachmann: Da waren es schon zehn Bestellungen und fast alle Anzüge passten perfekt. Im April haben wir bei uns im Fricktal einen kleinen Laden gemietet, für monatlich 800 und im ersten Monat gleich 30 000 Franken Umsatz verbuchen können, nur mit online akquirierten Kunden, die wir lokal bedient haben. Wir wussten sofort: Wir ►

„Wir haben inzwischen 5 000 Kunden bedient.“

David Bachmann



► haben es geschafft. Wir hatten 15 000 Franken Gewinn, de facto haben wir damit die „SuitArt GmbH“ gegründet.

Wären Sie den Weg auch allein gegangen?

David Bachmann: Wenn ich nicht Mathias Böhm getroffen hätte, dann bestimmt jemanden anderen. Alleine ist es ziemlich hart, eine Firma aufzubauen. Teamarbeit ist ein besonders inspirierender Faktor: Wenn man eine Down-Phase hat, reicht oft sogar ein kurzes Telefonat mit dem Geschäftspartner, und man ist wieder voll da. Die Diamond Heels AG – das zweite Unternehmen – haben wir dann mit Marc Massenz gegründet. Wiederum macht es Sinn, diesen Weg nicht allein zu gehen.

Haben Sie auch viel Glück gehabt?

David Bachmann: Was die Leute als Glück bezeichnen, ist eigentlich nur das Ergreifen einer Gelegenheit. Wie viele Gelegenheiten es gibt, kann man selber steuern. Besuche ich zwanzig Veranstaltungen, gibt es mehr Gelegenheiten, als wenn ich eine besuche. Es geht schlussendlich nur darum, welche Gelegenheit man aussucht. Und das ist genau der Punkt, an dem viele Nicht-Unternehmer scheitern. Ein Unternehmer muss Optimist sein. Der Pessimist erkennt das Potenzial einer Idee nicht und traut sich deswegen nicht, den entscheidenden ersten Schritt zu machen.

Fehlt da der Glaube an sich selbst?

David Bachmann: Nicht nur, es ist vor allem die zu pessimistische Einschätzung sowie die fehlende Überzeugung, wenn es schief geht, macht das nichts, denn man kann es noch einmal versuchen.

Wie kamen Sie nach Zürich?

David Bachmann: Wir haben bereits im Mai 2009 angefangen, uns dort umzuschauen, denn schon damals stammten 60 Prozent der Besucher auf der Webseite aus Zürich, und nie kam einer ins Fricktal. So haben wir uns zu einem Geschäft in Zürich entschlossen. 2 800 Franken Miete – aber schon bei zwei Kunden ist man Break-even, es war also eigentlich kein Risiko.

Wie gross ist Ihr Kundenstamm heute?

David Bachmann: Wir haben inzwischen 5 000 Kunden bedient. Viele Kunden kommen aber erst nach zwei bis drei Jahren das zweite Mal.

Gab es auch Rückschläge?

David Bachmann: Unser Geschäftsmodell ist auf Risikominimierung aufgebaut. Aber natürlich fehlte zuerst die Erfahrung. Wir haben viel Lehrgeld bezahlt. Die wertvollste Erfahrung ist, wenn man Geld verloren hat und weiss, wie man es beim nächsten Mal besser macht.

Ist das Unternehmertum nur etwas für Leute mit guten Nerven?

David Bachmann: Es benötigt Krisenresistenz, so nennen wir das. Doch hat ein Angestellter die genau gleiche Problemstellung: Er weiss, wenn er weniger leistet, als er kostet, verliert er seinen Job. Der Unternehmer hat im Gegensatz dazu Möglichkeiten, die ein Angestellter nicht hat: Er kann den eigenen Lohn reduzieren, die Fixkosten senken, den Umsatz erhöhen oder eine Finanzierung auftreiben. Für uns gilt daher der Leitsatz: „Fail is not an option.“ Man sucht die Lösung, und die gibt es immer.

Haben Sie überhaupt noch Zeit, sich selbst um die Kunden zu kümmern?

David Bachmann: Heute stehe ich sehr selten im Verkauf. Das ist eigentlich schade, denn als Unternehmer hat man eine enorme Power in jedem persönlichen Kontakt. Bei jedem Gespräch kann man die Vision der Firma rüberbringen, was dazu führt, dass der Kunde versteht, was wir tun – und deswegen bereit ist, mehr auszugeben.

Ist der Unterschied vom Chef zum Angestellten im Verkauf wirklich so gross?

David Bachmann: Fünf Minuten vor Ladenschluss kommt ein Kunde, der Angestellte hat einen Fixlohn und für zehn Minuten nach Ladenschluss ein Treffen mit seiner Freundin abgemacht. Den hält nichts im Geschäft. Er sagt zu dem Kunden lieber: „Machen Sie ►

„Viele Angestellte denken nicht, dass das Geld vom Kunden kommt, sondern sie denken, es komme vom Konto der Firma.“

David Bachmann



► am Montag einen Termin.“ Da laufen 2000 Franken weg, die man nie wiedersieht.

Der Verkauf ist also vom Engagement der Gründer abhängig?

David Bachmann: Nicht nur. Das System ist ausgelegt, um mit unternehmerisch denkenden Lizenzpartnern zu arbeiten. Mit ihnen können wir nicht nur schneller wachsen, sondern auch mit höherer Qualität. Ein Lizenzpartner, der unternehmerisch denkt, hat vielleicht auch ein Treffen mit der Freundin abgemacht, aber vorher zeigt er dem Kunden mindestens noch die Stoffe und empfiehlt ihm vielleicht schon etwas. Das ist eben der Unterschied. Viele Angestellte denken nicht, dass das Geld vom Kunden kommt, sondern sie denken, es komme vom Konto der Firma.

Inwiefern hat sich das ursprüngliche Konzept durch Ihre Erfahrungen verändert?

David Bachmann: Inzwischen sehe ich, dass im Marketing noch viel mehr Power steckt als im Franchising. Die letzten Jahre waren vor allem deshalb erfolgreich, weil wir das Marketing selber gemacht haben. Wer ein Unternehmen ohne Startkapital aufbaut, braucht im Gründerteam unbedingt jemanden, der auf höchstem Niveau kommunizieren kann. Ein Kunde nimmt nicht das Telefon in die Hand, wenn der Werbetext nicht ins Schwarze trifft.

Worauf kommt es vor allem an?

David Bachmann: Design ist keine Demokratie. Das Geschäftsmodell ist keine Demokratie. Und Einfachheit ist auch keine Demokratie. Es gibt Leute, die dauernd etwas ändern wollen, doch schlussendlich kann man in diesen Sachen nicht abstimmen.

Was ist das Besondere an der Einfachheit?

David Bachmann: Ein Grundgesetz bei SuitArt liegt darin, dass man nur produziert, was man bereits verkauft hat. Es ist zum Beispiel so, dass der beste Schneider weniger gute Massanzüge ausmisst als der gute Verkäufer, der die Wünsche des Kunden verstanden hat. Man kann aus den 30 Einzelmassen, also Schulterbreite, Ärmellänge, Bundweite, Schritt, Oberschenkelumfang usw., versuchen, den perfekten Massanzug zu machen. Oder man fragt den Kunden, was für ihn wichtig ist beim Massanzug und kann durch die nötige Empathie den perfekten Massanzug für diesen Kunden anfertigen. Das Ausmessen des Massanzuges ist wie das Einparkieren eines Autos. Nicht alle können es. Wenn man aber das Auto kennt, ist es einfach.

Gibt es für Sie überhaupt noch Probleme?

David Bachmann: Ja, definitiv. Je grösser das Unternehmen wird, desto mehr Herausforderungen gibt es. Vom Wort Problem will ich aber ganz einfach nichts wissen. Ich bevorzuge es, mit Lösungs-

vorschlägen statt mit Problemen konfrontiert zu werden.

▲ Joachim Zoellner

Info

SuitArt AG

Das Unternehmen hat vier Standorte in Glattbrugg (HQ), Zürich, Basel und Berlin mit 30 Mitarbeitern. Lizenzpartner SuitArt gibt es in Bern, Therwil, Thalwil, Zürich, Solothurn, St. Gallen, Luzern, Interlaken, Aarau. Die Zahl der Lizenznehmer soll sich in den nächsten vier Jahren auf über 200 erhöhen.

Umsatzstärkster Standort: Zürich, Obere Zäune 6;
Fläche: 32 Quadratmeter.
Umsatz 2012: CHF 650 000.-

Besonderheit: SuitArt ist der offizielle Bekleidungspartner (Nachfolger von Hugo Boss) der Swiss Indoors, dem grössten Sportanlass der Schweiz, das drittgrösste Hallenturnier der ATP Tour. Dieses Turnier wird in 180 Ländern am TV ausgestrahlt.

Zusätzlich gegründet wurde 2012 ein SuitArt-Tochterunternehmen. Branche: Schuhe. Name: „Diamond Heels“ – ebenfalls mit Massanfertigungen. Offiziell geplanter Start: im Januar 2014 mit 200 Lizenznehmern.



Stichworte

David Bachmann über ...

Mut

Man braucht den Mut zum Scheitern. Denn wenn man zehn Sachen ausprobiert, werden drei funktionieren. Wer also nach zwei Versuchen aufgibt, hat höchstwahrscheinlich zwei schlechte Resultate. Wer aber alle zehn Versuche durchzieht, hat dreimal Erfolg. Und genau das ist es, was den Unternehmer ausmacht!

Knowhow

... sollte man sich immer von jenen holen, die es schon haben. Von denen gibt es viele. Die kann man auch ruhig ansprechen. Es sind alles Leute wie du und ich.

BWL

Als Studium eine gute Grundlage, aber es gibt eigentlich nur einen wirklich wichtigen Satz, und das ist der „Um-Satz“. Mein Lehrer Christian Engel hat immer gesagt: „Lieber Umsatz und Chaos als eine perfekt organisierte Firma im Konkurs.“

Teamgeist

In ein Team zu investieren, ist sehr wertvoll. Wichtig ist, darauf zu achten, dass alle grundsätzlich die gleichen Wertevorstellungen haben. Denn das ist der Punkt, an dem man später scheitern kann.

Transparenz

Sehr wichtig! Jeder im Unternehmen darf wissen, was der andere verdient. Das spornt an.

Vertrauen

... bringt Geschwindigkeit. Wenn man alles nachprüfen muss, geht das sehr langsam. Grundsätzlich fressen nicht die Grossen die Kleinen, sondern die Schnellen die Langsamen.

Mobilität

Da sage ich nur: Besser ÖV als Auto, denn im ÖV kann man arbeiten. ▶



► Erfahrung

... ist wertvoll. Aber zuerst muss man mal erfahren, was Erfahrung überhaupt ist. Als Student hört man viel von Erfahrung, weiss aber gar nicht, was das eigentlich genau ist. Man lernt das erst, wenn man sie gemacht hat. Eine Aufgabe, die ich beispielsweise vor vier Jahren in zwei Wochen erledigt hatte, mache ich heute mit zwei, drei Telefonaten an einem halben Tag.

Flexibilität

... ein Erfolgsfaktor, den man als Start-up gnadenlos ausnutzen sollte. Wir haben viele Mitarbeiter, die für wenig Geld arbeiten, aber dafür mit Aktien belohnt werden. Da unternehmerisch denkende Mitarbeiter flexibler sind, ist auch das Unternehmen flexibler. Man darf nie so in den Trott kommen, dass die Flexibilität leidet.

Sparsamkeit

Wir sparen mehrere hunderttausend Franken pro Jahr, weil wir sehr schnell auf neue Ideen reagieren können. Mein Tipp: Behalten Sie als Firmengründer möglichst lange Ihr Fixkosten-Modell vom Studium bei! Wer erst mal eine Frau, ein Auto, ein Haus hat, kann nicht mehr so einfach mit 2500 Franken pro Monat auskommen.

Geld

Die meisten Menschen vergessen, dass Geld gespeicherte Arbeit ist. Es ist aber auch ein faszinierendes Tool. Wenn ein Unternehmen wirklich effizient arbeitet, wird es nie Geldprobleme haben.

Unternehmen

Es geht uns in erster Linie nicht um das Finanzielle. Wir verbringen viel Zeit mit sympathischen Menschen, mit denen wir neue Möglichkeiten besprechen. Unsere Firma ist etwas Neues. Wir inspirieren damit andere, und das ist unsere Energiequelle.

David Bachmann

Ein verrückter Typ ▲