

Watchandbuild

Hollywood für den Möbelbau

Frust beim Zusammenschrauben von Selbstbaumöbeln kennen nicht nur Inbusschlüssel-Nutzer. Wenn's nicht gleich klappt, kann das nicht nur den Hobbymöbelbauer Nerven kosten, sondern auch in der Industrie überflüssige Reklame- und Retourenkosten verursachen. Helfen will ein Start-up aus Berlin.

Heinrich Erkens und Arndt Rubart, Geschäftsführer der Watchandbuild.com GmbH aus Berlin kennen sich seit Jahrzehnten. Als sie ihr erstes gemeinsames Projekt für eine Venture-Tochter von Daimler angingen, war es noch ein Zukunftsthema, das Internet ins Auto zu bringen. Heute werkeln die beiden „Silver Founder“, wie sie sich nennen, an anderen Zukunftsthemen. Die Idee zu Watchandbuild kam im letzten Herbst, gegründet wurde im April, seit Juni ist die Plattform live. So schnell kann's gehen.



Silver Founder: Arndt Rubart, Heinrich Erkens

Das Start-up produziert im eigenen Studio Anleitungsvideos für erklärungsbedürftige Produkte – wie Zerlegtmöbel – und stellt sie auf seiner Plattform zur Verfügung. Als „neuer YouTube“ soll Watchandbuild aber nicht verstanden werden, zum Service gehört weit mehr: Elemente in der digitalen Montageanleitung werden dynamisch mit der entsprechenden Stelle im Aufbauvideo verlinkt, die Videosequenzen werden aus verschiedenen Perspektiven aufgenommen, zwischen denen jederzeit situativ gewechselt werden kann. Sprecherspuren, Untertitel und Produktfotos gehören ebenfalls zum Paket. Ebenso Informationen zu Bau- und Beschlagteilen, Aufbauzeit und weitere Tipps und Tricks. Ein Showcase wurde in Zusammenarbeit mit Germania erstellt.

Zwischen 99 und 199 Euro pro Monat und Video kostet der Service, ab zehn Videos. Das wirft natürlich nicht nur im INSIDE-Interview, sondern auch bei potenziellen Kunden die Frage auf: Wer trägt am Ende die Kosten? Hersteller, Händler oder gar Endverbraucher? „Bei Vermeidung von zehn Retouren können zehn Videos finanziert werden“, meint Erkens, räumt aber auch ein, dass man den „Stein der Weisen“ im Hinblick auf die Finanzierung des Services noch nicht gefunden habe. Eine Idee: Der Endverbraucher zahlt, beispielsweise könnten Internethändler Onlineshoppern die Dienstleistung über einen Button gegen ei-

nen kleinen Obulus anbieten. Ein weiterer Vorschlag zur Monetarisierung: Ein Hybridmodell, bei dem der Hersteller die Videos vorfinanziert und später eine Rückvergütung bekommt.

Wie der Hase in Sachen Preiskalkulation der Möbelbranche läuft, kennen INSIDER zur Genüge: Am Ende soll es in erster Linie billig sein, was schon viele Innovationen vom Markt ferngehalten hat. Anders schaut es bekanntlich aus, wenn durch Innovationen Kosten gesenkt werden

können. Dieser Aspekt hat sich für Watchandbuild mehr durch Zufall ergeben.

Denn: Die Kastenmöbelsparte der Cotta Collection aus Liechtenstein stellt ihr Videomaterial nicht im ersten Step Endverbrauchern zur Verfügung, sondern präsentiert es zur Herbstmesse im neuen Showroom in Herford den Handelskunden. Anknüpfend daran könnten auch Händler die Videos in ihrer Ausstellung nutzen. Bei Erkens und Rubart hat die Tatsache, dass Hersteller im ersten Step gar nicht Endverbraucher, sondern Handelskunden im Blick haben, zu dem Gedanken geführt, Schulungen zu digitalisieren. Diese kosten Hersteller und Händler bekanntlich viel Zeit und Geld. Rubart: „Es gibt viel Material für Schulungsvideos, doch die bestehende Medienlandschaft holt Händler nicht ab. Aufgabe von Watchandbuild ist es, dort Struktur reinzubringen.“

Zwar haben die beiden Gründer in ihrer kurzen Zeit im Möbelmarkt schon zahlreiche Namen und Gesichter in der Branche kennengelernt – sie arbeiten mit Kaltakquise. Ein möbelspezifisches Thema ist Watchandbuild aber gar nicht notwendigerweise. Das Konzept kann auf alle Produkte übertragen werden, die erklärungsbedürftig sind. Beispielsweise werden bereits Gespräche mit Herstellern von Sport- und Freizeitgeräten geführt. ■

VME: Tagen in Schwangau

In diesem Jahr musste die Gesellschafterversammlung des VME – anders als im vergangenen Jahr – nicht ausfallen. Auf dem Weg nach Schwangau, wo sich die Gesellschafter des Mittelstandsverbands vom 7. bis zum 9. September trafen, gab es zwar einige planerische Hürden; doch am Ende fand die Gesellschafterversammlung statt. Folgende Zahlen konnte Hauptgeschäftsführer Frank Stratmann dort für das erste Corona-Jahr präsentieren: ZR-Umsatz bei 1,359 Mrd Euro, Jahresüberschuss bei 13,113 Mio Euro. Im Vorjahr lag der Jahresüberschuss bei 10,065 Mio Euro. Im ZR-Umsatz konnte der VME-Verband 2020 somit zulegen, vor allem durch die Rallye im zweiten Halbjahr. Im laufenden Jahr, in dem dann erstmals die zwölf neuen Ex-Union-Mitglieder mit in die ZR einfließen, wird der Verband weitere ZR-Millionen draufpacken. Zur aktuellen Lage sagt VME-Chef Stratmann: „Die Warenkörbe sind hoch, die Frequenzen sind deutlich niedriger als im Vorjahr.“ Je nach Warenverfügbarkeit und Lieferzeiten wären sie in Bielefeld in diesem Jahr zufrieden, wenn bereinigt der Vorjahresumsatz wieder zu erreichen ist. Der Termin für die Gesellschafterversammlung 2022 steht bereits: Sie findet vom 9. bis 11. Mai in München statt. ■