



## ALEXANDER CZECH UND STEFAN FLEISCHMANN

# ZWEI AUF GLEICHEM KURS

Geschäftsführer Alexander Czech und Prokurist Stefan Fleischmann haben Sanders Image-tools als Hersteller hochwertiger, kreativer Produkte in den Bereichen Getränke, Wellness und Hygiene positioniert. Das innovative Produktspektrum, das klare Bekenntnis zu Qualität und Produktsicherheit sowie das Know-how des erfahrenen Teams haben gleichermaßen zum Unternehmenserfolg beigetragen. Ein Portrait des partnerschaftlichen Führungsteams.

**O**b auf Messen oder Hausmessen, mit Katalogen oder im Internet: Sanders Imagetools ist im Werbeartikelmarkt präsent. Gerade in den letzten drei Jahren hat der Regensburger Hersteller aufmerksamkeitsstarker Produkte rund um Getränke, Wellness und Hygiene seine Kommunikation ausgebaut und unterstützt den Han-

del noch systematischer und schneller mit Infos und Services, die ihm das Verkaufen erleichtern. Das kommt an und zeigt Wirkung: „Bereits eineinhalb Wochen nach der PSI Messe waren alle Muster verschickt – und das waren rund zwei Drittel mehr als im Vorjahr“, freut sich Alexander Czech, der sich klar für die Branche entschieden

und das Unternehmen inzwischen ganz auf die Bedürfnisse des Werbeartikelhandels ausgerichtet hat. Die in den letzten zwei Jahren speziell für die Anforderungen des Unternehmens entwickelte Software ist Kernstück der EDV-unterstützten Neuorganisation und hat sicherlich zu diesem Fortschritt beigetragen. Für Czech ist die

Verbesserung aller Vertriebsplattformen ein kontinuierlicher Prozess und damit eine Aufgabe, an der ständig weitergearbeitet wird – mit dem Ziel, auf höchstem Qualitätsniveau zu beraten und mit dem Kunden zu kommunizieren. Im Gespräch mit Alexander Czech und Stefan Fleischmann warfen wir einen Blick auf die Anfänge des Unternehmens und die Kompetenzen, die Sanders auf diesem Weg voranbringen.

#### INNOVATIV VON ANFANG AN

Der Chemie-Ingenieur Alexander Czech war nach seiner Ausbildung bei Fresenius 12 Jahre in unterschiedlichen Positionen in der Chemie- und Markenartikelindustrie tätig. In seiner Zeit bei einem Produzenten und Abfüller für Kosmetik- und Körperpflegeprodukte für die Markenindustrie reifte der Gedanke, sich selbstständig zu machen: Die starren Konzernstrukturen empfand er als einengend und er wollte mehr eigene Ideen umsetzen. 1997 tat er diesen Schritt und entwickelte originelle Produkte für den damals boomenden Convenience-Markt. Das waren Produkte, die einen gewissen Spaßfaktor hatten, Neugier weckten und prinzipiell auch als Geschenk tauglich waren. Auch Dosen waren damals schon im Sortiment, die Erfahrung reicht also weit zurück. Und schon zu jener Zeit lebte die Firma von ihrer Innovationskraft und das ist bis heute so geblieben. Mit den Jahren wurde es jedoch immer schwieriger, Produkte im Handel zu platzieren, und so wendete man sich 2005 dem Werbeartikelmarkt zu. 2007 kam folgerichtig die Umbenennung in Sanders Imagetools. Es gelang, sich das Vertrauen des Handels zu erarbeiten und sich als seriöser, kompetenter und qualitätsorientierter Hersteller zu positionie-

ren. „Die Branche ist einfach schön, authentisch und sympathisch, der persönliche Kontakt ist jedoch äußerst wichtig. Deshalb lege ich viel Wert auf Marketingaktivitäten, PR, Angebote und Aktionen. So bleiben wir im Gespräch mit dem Kunden und können informieren“, erklärt Czech. „Auch die PSI ist wichtig für die kontinuierliche Kundenbetreuung, denn sie ist eine etablierte Plattform für fachliche Gespräche auf Augenhöhe.“ Sanders bedient grundsätzlich jeden PSI Händler, unabhängig von Firmengröße und Bestellmenge, und leitet Industrieaufträge an zuständige Händler weiter.

#### ZENTRAL: QUALITÄT UND SICHERHEIT

Qualität und Sicherheit sind die zentralen Themen für Sanders Imagetools, das mit Getränken und Körperpflegeartikeln gleich zwei hochsensible Produktgruppen im Sortiment hat. Denn sowohl für Lebensmittel wie auch für Kosmetika gelten sehr strenge Gesetze, und das zu Recht, denn allzu groß kann der Schaden sein, wenn wirklich einmal etwas passiert. Von Allergien und Unverträglichkeiten bis hin zu echten Gesundheitsschäden reicht da das Spektrum. Deswegen hat ein akribisches Qualitätsmanagement auch für Alexander Czech und Stefan Fleischmann höchste Priorität. Sie nehmen ihre Verantwortung als Hersteller sehr ernst und führen selbstverständlich alle Tests durch, deklarieren gesetzeskonform alle Inhaltsstoffe und nehmen ihre Produzenten genauestens unter die Lupe. Produziert wird nur in auditierten Unternehmen, die sorgfältig ausgewählt werden. Czech geht sogar soweit, dass er seine Produzenten in einen Ehrenkodex einbindet, der sie zur höchsten Sorgfalt verpflichtet. Kompromisse gibt es nicht, auch dann nicht,

wenn der Sicherheitsanspruch auf den Preis schlägt: „Wir spielen nicht wegen ein paar Cent mit dem Feuer, das lohnt sich nicht. Sondern wir tun alles, um schon im Vorfeld Fehler auszuschließen und einwandfreie Ware zu liefern. Dazu gehört auch die Dokumentation, in der alle Chargen von der Produktion bis zur Verpackung nach ISO 9001 kontrolliert, getestet und erfasst werden. Der gesamte Produktionsprozess ist einheitlich geregelt.“

#### QUALITÄT MADE IN EUROPE

Wie muss man sich nun den Ablauf der Produktion vorstellen? Sanders entwickelt die Produktidee und liefert sie komplett mit der Rezeptur an den Produktionsbetrieb. Der Lohnfüller arbeitet genau nach Anweisung und gemäß der definierten Qualitätsstandards. Sanders Imagetools ist jedoch der Hersteller. „Wegen unseres strikten und kontinuierlichen Qualitätsmanagements fühlen wir uns als Markenartikler, der Sorgfalt in allen Produktionsstufen, Kontinuität und Verlässlichkeit über den Preis stellt“, fassen die beiden Unternehmer zusammen. Alle Produkte inklusive der Verpackungsmaterialien werden in Europa hergestellt, vorwiegend in Deutschland, Österreich und der Schweiz. 20 Prozent der Aufträge sind Sonderanfertigungen nach Kundenwunsch. Dafür steht ein hoch qualifizierter Herstellerpool zur Verfügung, der je nach Aufgabenstellung beauftragt wird.

#### SCHNELLER SERVICE, KOMPETENTE MITARBEITER

Optimierte Datenbankanbindungen, Musterversand noch am selben Tag, detaillierte Ausarbeitung von Gestaltungsvarianten samt Druckmöglichkeiten inklusive 3D-Visualisierung zur Weiterleitung an den In-



# ALEXANDER CZECH IN PERSON

## Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?

Fitnessstudio – Schweinehund –  
Fitnessstudio – Schweinehund.

## Wann war Ihr Tag ein guter Tag?

Wenn alle in meinem familiären, freundschaftlichen und beruflichen Umfeld gesund und munter geblieben sind.

## Was bringt Sie in Hochstimmung?

Familie und Freunde.

## Und was bringt Sie auf die Palme?

Manchmal auch die Familie und Freunde.

## Was verzeihen Sie sich am ehesten?

Handwerklich eine absolute Null zu sein.

## Wie können Sie die Zeit vergessen?

Beim Kochen.

## Vier Wochen Zwangsurlaub. Wohin geht's?

Road Trip in die USA.

## Wofür geben Sie gern Geld aus?

Für Qualität.

## Lassen Sie sich von Werbung verführen?

Ja ... gerne sogar.

## Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?

Wenn er die Werbebotschaft unterstützt und dadurch beim Empfänger die Kampagne in Erinnerung bleibt.

## Der beste, den Sie je bekommen haben?

Zwei Golfbälle einer deutschen Bank. Mit dem einen habe ich beim ersten Schlag die Heckscheibe einer Nobelkarosse auf dem Parkplatz eingeschossen. Und mit dem anderen habe ich einer meiner besten Runden des Lebens gespielt. Diese zwei Ereignisse bleiben mir immer in Erinnerung!

## Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeartikel?

Wenn die Qualität nicht stimmt.

dustriekunden und natürlich Sortimentschulung vor Ort – das alles und noch weit mehr gehört zum Servicepaket. Dafür wurden nach und nach Ressourcen aufgebaut und erst kürzlich der Vertriebsinnendienst und die Bemusterungsabteilung verstärkt. Denn die Branche ist schnell, und eine schnelle Branche muss auch schnell bedient werden, davon sind Czech und Fleischmann fest überzeugt. Seine inzwischen 11 erfahrenen und mit dem Unternehmen „mitgewachsenen“ Mitarbeiter sind für Alexander Czech das größte Kapital, das er sorgfältig weiterentwickelt. Aus seiner Konzernenerfahrung weiß er, dass ausgeprägte Hierarchien kontraproduktiv sind, die Identifikation des Personals mit Unternehmen und Produkten dagegen ein Erfolgsfaktor. Deshalb haben alle eine gewisse Freiheit, aber auch klare Aufgaben, in deren Erfüllung sie sich gegenseitig mit Know-how, Infos, Rat und Tat unterstützen. Monatliche Vertriebsmeetings fördern das freundschaftliche Miteinander. Und sie sind kundenorientiert und immer nah am Kunden, denn das ist besonders wichtig, da die Produkte erklärungsbedürftig sind – auch wenn sie an sich schon eine Message mitbringen. So steht Handcreme beispielsweise für Schutz und Pflege, Energy-Drinks transportieren Frische und Power. „Arbeit ist ein so großer Teil des Lebens, dass man sich dabei auch wohlfühlen soll. Deshalb muss sie menschlich bleiben“, umreißt Czech seine Philosophie. Sanders übernimmt auch soziale Verantwortung, denn bereits seit 14 Jahren arbeitet man erfolgreich mit einer Behindertenwerkstatt zusammen, in die auch investiert wurde. Eine Win-win-Situation also, in der sich beide Partner weiterentwickelt haben.

### INS UNTERNEHMEN HINEINGEWACHSEN

Auch Stefan Fleischmann kommt aus einem Konzern, in dem er eine kaufmännische Ausbildung absolvierte. Sein Interesse ging in Richtung Beratung und Management, und da tat sich bei Sanders eine Möglichkeit auf. Er startete 1999 im Bereich Auftragsbearbeitung, übernahm dann aber immer mehr Aufgaben, die ihm Spaß machten. Zum Beispiel die Produktentwicklung, in der er eng mit Alexander Czech zusammenarbeitete. Der erkannte und schätzte das Engagement des jungen Mannes, der sich inzwischen berufsbegleitend zum Handelsfachwirt weitergebildet hatte. Er förderte ihn und übertrug ihm nach und nach mehr Verantwortung, zuletzt 2007 die Prokura. So entstand das heutige Führungsteam, das hervorragend funktioniert. Beide arbeiten partnerschaftlich und fair zusammen und haben eine freundschaftliche, vertrauensvolle Beziehung. Ihre Kompetenzen setzen sie gebündelt für die Entwicklung des Unternehmens ein, wobei sich Fleischmann vorwiegend um das operative Tagesgeschäft, die internen Prozesse, Produktion, Katalog und Qualitätsmanagement kümmert – alles in enger Abstimmung mit Czech. „Ich bin sehr zufrieden, denn ich kann Ideen umsetzen und dabei lernen und wachsen. Gemeinsam arbeiten wir an unseren Zielen, wie etwa der weiteren Internationalisierung und der Festigung unserer Position im deutschen Markt“, resümiert Fleischmann. <