TORSTEN MÜNICH

LEIDENSCHAFT ALS TRIEBFEDER

Bei ihm gibt es nichts von der Stange. Denn Sonderanfertigungen sind nicht nur das Geschäft, sondern auch die Leidenschaft von Torsten Münich. Mit seinem 2001 gegründeten Unternehmen Global Innovations aus Trier entwickelt und produziert er mit einem international tätigen Team individuelle Werbeartikel mit höchstem Qualitätsanspruch. Dass er damit schon als Student begonnen hat, wissen nur wenige. Eines ist sicher: Das Unternehmertum scheint ihm in die Wiege gelegt und ist zur Berufung geworden.

Wir besuchen Torsten Münich in seiner Firma in Longuich an der Mosel. Wir treffen einen lebhaften, selbstsicheren und charmanten jungen Mann, der trotz seines frühen Erfolgs natürlich und unkompliziert wirkt. Im Laufe unseres Gesprächs bestätigt sich dieser Eindruck. Voller Ideen und Tatkraft packt er seine Vorhaben an und zieht sie durch. Das war schon während des Studiums so, einer Zeit, in der viele junge Menschen noch nicht recht erwachsen sind und endlos Zeit verbummeln. Hört man die Geschichte des erst 36-Jährigen, denkt man unwillkürlich: Um all dies zu leisten, brauchen viele die doppelte Zeit. Lesen Sie also sein Portrait, das eindeutig widerlegt, dass erst ab einem gewissen Alter – wir bleiben da absichtlich unkonkret – spannende Lebensgeschichten zu erwarten sind.

AKTIV VON JUGEND AN

Aktiv war Torsten Münich schon immer. Schon von Jugend an leistete er mehr als das Geforderte und machte immer mindestens zwei Dinge gleichzeitig. Während der Schulzeit jobbte er in einer Bäckerei und war zudem maßgeblich am Aufbau der karitativen Jugendorganisation „Schüler Helfen Leben“ beteiligt. Daneben war er sehr aktiv bei der Wasserwacht und brachte es dort bis zum Rheinland-Pfalz-Meister DRK im Schwimmen. Nach dem Abitur folgte eine Ausbildung zum Industriekaufmann bei RWE, wo er sich als Jugendbetriebsrat engagierte. Nach der Ausbildung hätte ihn RWE übernommen, aber er entschloss sich doch zum Studium der Wirtschaftswissenschaften in Bochum. Dort blieb ihm noch Zeit, um parallel zum Studium in der Marketingabteilung von RWE zu arbeiten. Dort hatte er ein eigenes Projekt, das er verantwortlich betreute. Daneben zog er das Grundstudium in drei Semestern durch, um anschließend für sieben Monate nach Australien zu reisen. Ziel war es, nach drei Monaten Rundreise dort auch zu arbeiten, um möglichst viel Erfahrung im Vertrieb und Marketing zu sammeln. Auch hier wieder volles Programm. Teilweise gleichzeitig nahm er verschiedene Jobs an: Er erstellte ein Marketingkonzept für einen Internet-Restaurantführer und baute ein Direktvertriebsteam dafür auf, zudem sammelte er Spenden für eine Hilfsorganisation. Daneben verkaufte er im Auftrag eines Importeurs Geschenkartikel an den Großhandel – mit Rekordumsatz. Hier kam er zum ersten Mal mit Produkten in Berührung, die das Zeug zum Werbeartikel haben, und entdeckte seine Leidenschaft dafür.

EINE FIRMA IN DER UNI

Eine unglaubliche Entwicklung nahm ihren Anfang: „Mein australischer Auftraggeber Global Innovations Australia war mit meiner Verkaufsleistung so zufrieden, dass mir dessen Chef anbot, einen Vertrieb in Deutschland aufzubauen. Als Startkapital bekam ich drei Produkte im Wert von 30 000 Dollar: Weltzeitrechner, Einwegkameras und Personenschutzalarme. Ich nahm die Herausforderung an und gründete 2001 mit Global Innovations Germany eine eigene Firma“, erzählt Torsten Münich. Inzwischen wieder in Deutschland, begann er mit dem Vertrieb und war nun gleichzeitig Unternehmer und Student. Zunächst arbeitete er auch noch am Restaurantführerprojekt, dann konzentrierte er sich jedoch voll auf Global Innovations. Das klingt abenteuerlich und vor allem anstrengend, denn nun kam zum Studium und dem Job bei RWE noch die eigene Firma dazu. Wie hat das alles nebeneinander funktioniert? „Ich habe mit dem Handy von der Uni, meinem Studentenzimmer oder von meinem Büro bei RWE die Firma geführt. Deswegen saß ich in Seminaren immer in der Nähe der Tür, um schnell mal rausgehen zu können, wenn ein Anruf kam. Zum Glück gab es den Computerrraum, von dort hatte ich Zugang zu Mail und Internet. Keiner meiner Kunden wusste, dass ich alles von der Uni aus managte.“ Trotzdem zog er sein Studium in kürzester Zeit durch. Inzwischen hatte er bereits mehrere Großaufträge realisiert, sodass er 2003 die Australier auszahlen konnte und nun komplett auf eigenen Füßen stand. In seiner Diplomarbeit beschäftigte er sich mit dem Aufbau eines Großhandelsunternehmens. Die Ergebnisse der dafür erarbeiteten Marktstudien flossen ins Firmenkonzept ein. Sie waren auch Bestandteil einer der ersten Marktstudien der Werbeartikelbranche, die unter der Leitung seines Marketingprofessors Peter Hammann erstellt wurde. Mancher Leser erinnert sich sicherlich daran, denn die Studie konnte man damals über PSI erwerben.

MUT ZUR SELBSTSTÄNDIGKEIT

Nach dem Abschluss des Studiums wollte ihn RWE übernehmen, doch er entschied sich für die Selbstständigkeit. Nun startete er mit Power durch. Das erste Büro war noch in der eigenen Wohnung. Bald schon konnte eine Teilzeitkraft eingestellt werden, dann eine Vollzeitkraft aus der Werbebranche, die Fachwissen und Erfahrung einbrachte. Zu Anfang wurden noch Werbe- und Geschenkartikel als Lagerware verkauft, zunehmend aber auch Sonderanfertigungen umgesetzt. Kein einfaches Unterfangen für einen Newcomer, sollte man meinen. Torsten Münich dazu: „Ich hatte die Kontakte der Produzenten in Asien von meinem australischen Partner bekommen und konnte damit auf vertrauenswürdige Firmen zurückgreifen. Damit hatte ich die Basis, um mich immer mehr auf Sonderanfertigungen zu spezialisieren.“ Die junge Firma arbeitete lösungs- und serviceorientiert und war schnell – und das sprach sich rasch in der Branche herum. Der gute Name sorgte dafür, dass der Kundenstamm weiter wuchs.

PATENTE ÖFFNEN TÜREN

2006 wurde die GmbH & Co. KG gegründet und Münich wagte den Umzug in eigene Büroräume in Trier. Nun konnte weiteres Personal sowie Auszubildende eingestellt werden. Damit waren die Voraussetzungen geschaffen, um das Geschäft mit Sonderproduktionen voranzutreiben. Die Kooperation mit einem Patentvermarkter eröffnete 2007 den Zugang zu einer großen Zahl origineller Artikelideen, die in Fernost bis zur Produktionsreife weiterentwickelt und dann produziert wurden. Später beteiligte sich Global Innovations an dem Patentunternehmen und hat nun Zugriff auf rund 90 Patente. Mit diesem riesigen Portfolio an innovativen Artikeln haben interessierte Händler eine unschlagbare Auswahl, die sie ihren Kunden vorstellen können. Oftmals sind die lizensierten Produkte Türöffner, die als Basis und Inspiration für individuelle Sonderproduktionen nach Kundenwunsch dienen.

SICHERHEIT UND TRANSPARENZ

Dass entlang der gesamten Lieferkette sämtliche Anforderungen an Konformität und Sicherheit erfüllt werden, ist für Torsten Münich selbstverständlich. Eigenes Personal kontrolliert vor Ort die Materialien, Produktionsstätten und-prozesse und sorgt für interne und externe Qualitätstests. Alle Testberichte werden dem Kunden ausgehändigt, auch zusätzliche Zertifizierungen renommierter Qualitätssicherungsunternehmen können auf Wunsch in Auftrag gegeben werden. Gerade in puncto Qualitätssicherung ist Torsten Münich mehr als genau, denn er will kein Risiko eingehen und ruhig schlafen können: „Ich lege größten Wert darauf, dass jedes Podukt perfekt ist, und dazu gehört zwingend, dass an alles gedacht wird, was im Zusammenhang mit Qualität und Produktsicherheit steht. Dazu gehören besonders die regelmäßigen Inspektionen durch hauptamtliche Fachleute. Damit wir immer auf dem neusten Stand sind, macht auch das hiesige Team regelmäßig Schulungen bei der IHK oder Gewerbeaufsicht.“ Der Kunde kann sich jederzeit von dem hohen Standard der Produktion überzeugen, er kann mit in die Fabrik kommen und sich alles ansehen. „Transparenz und Ehrlichkeit sind mir ganz wichtig, denn so entsteht Vertrauen“, erklärt Münich. Ein über viele Jahre gewachsenes Vertrauensverhältnis verbindet den Unternehmer auch mit seinen Produzenten in China. In den Anfangsjahren war er jedes Jahr mehrere Wochen vor Ort, oftmals in Begleitung eines Ingenieurs, der die Produktion überwachte und optimierte. „Wir sind wie eine große Familie, die gegenseitig auch an den privaten Ereignissen wie Hochzeiten und Geburten Anteil nimmt.“

KOOPERATIONEN MIT UNIS

Ab 2010 hat Torsten Münich Kooperationen mit mehreren Universitäten aufgebaut, die zu neuen und unverwechselbaren Produkten führen sollen. Im Jahre 2012

TORSTEN MÜNICH IN PERSON

Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?
Tolles Wetter! Heute Abend mache ich eine Radtour mit meinem neuen Mountainbike.

Wann war Ihr Tag ein guter Tag?
Wenn ein Händler seinen Kunden von einem unserer Exklusivprodukte überzeugen konnte.

Was bringt Sie in Hochstimmung?
Wenn Kunden uns für unsere Kreativität loben. Aber natürlich auch ein schöner Fußballabend mit Freunden.

Und was bringt Sie auf die Palme?
Unpünktlichkeit und Unehrlichkeit.

Was verzeihen Sie sich am ehesten?
Im Urlaub mal ein paar Tage (oder Stunden) nicht an die Firma zu denken.

Wie können Sie die Zeit vergessen?
Bei der Arbeit an Innovationen.

Vier Wochen Zwangsurlaub. Wohin geht's?
Australien! Sydney und Ayers Rock, dann Tauchen und in den Regenwald.

Wofür geben Sie gern Geld aus?
Für Reisen, gutes Essen und alles, was Spaß macht.

Lassen Sie sich von Werbung verführen?
Ja, klar. Bei guten Produktvorführungen auf Messen muss mich meine Frau manchmal zurückhalten, damit ich nicht gleich zuschlage ...

Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?
Wenn er täglich zum Einsatz kommt, weil er begeistert – wie unser singender und leuchtender Zahnputzbecher für Kinder.

Der beste, den Sie je bekommen haben?
Ein sehr hochwertiger Einkaufswagenchip. Ich habe ihn später auf unser Unternehmen abgestimmt und verschenke ihn schon seit sechs Jahren an Kunden.

Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeartikel?
Wenn versucht wird, Plagiate unserer Patente auf den Markt zu bringen. Das bedeutet immer Ärger und Umsatzverlust.

wurde sogar ein hauseigenes Innovationsteam ins Leben gerufen.Erste Erfolge zeichnen sich bereits ab: Mit der Uni Trier kooperiert er im Bereich Marketing, mit Prof. Franz Hinrichsmeyer aus Magdeburg im Bereich Design. Die mit Abstand bedeutendste Innovation entstammt jedoch einer Zusammenarbeit mit der Universität Münster. Mit Hilfe eines neuartigen Verfahrens der Nanotechnologie wurde ein sogenannter Gewinnspielprozessor entwickelt. Die Idee dahinter ist, dass ein aus verschiedenen hauchdünnen Schichten bestehendes Feld nach einem zuvor definierten Zeitraum die Gewinn- oder Werbebotschaft sichtbar werden lässt. So werden Gewinnmarken länger aufbewahrt und der Kunde wird dazu animiert, noch einmal wiederzukommen, um seinen Gewinn einzulösen. Polytaksys kann in vielen Marketing-Kontexten kreativ eingesetzt werden, um Botschaften zeitlich dosiert zu offenbaren. Es wird gegen Ende dieses Jahres auch für die Werbeartikelwirtschaft verfügbar sein.

EXKLUSIVE VERTRIEBSPARTNERSCHAFTEN DENKBAR

Global Innovations ist also nicht nur Direktimporteur, Produktentwickler und -produzent, sondern auch an innovativen Forschungsvorhaben beteiligt, deren Umsetzung gerade dem Werbeartikelhandel zukunftsweisende Produkte mit weit reichenden Alleinstellungsmerkmalen liefern kann. Für den Ökonom Münich sind alternative Vertriebsmodelle denkbar, die für den Werbeartikelhandel interessant sind: „Ich kann mir vorstellen, Vertriebslizenzen für bestimmte Patente, Märkte oder Regionen zu vergeben, auch im Ausland. Im Rahmen dieser Partnerschaft kann ein Händler die betreffenden Produkte exklusiv vertreiben und dabei auf unser Know-how und unsere Kapazitäten zurückgreifen. Unser Part bleibt die Produktentwicklung bis zur Marktreife und die Produktion. So können sich beide Seiten voll auf ihr Kerngeschäft konzentrieren.“ Mit diesem Ansatz bewegt sich der umsichtige Unternehmer in die Richtung seines Ziels, mit Global Innovations nicht mehr weiterzuwachsen, sondern nur noch besser zu werden. In 2012 wurden vier weitere Vollzeitkräfte eingestellt. Besonders stolz ist Torsten Münich darauf, dass zwei Studenten, die während ihres Studiums als Werkstudenten tätig waren, ebenfalls übernommen werden konnten. „Ich habe schon viel erreicht, und damit bin ich zufrieden. Jetzt stehen die Zeichen auf Konsolidierung und Perfektionierung. Denn ich möchte mir die Begeisterung, die ich für meine Projekte habe, weiterhin erhalten und mich mit dem Kunden über jedes gelungene Produkt freuen. Und das geht ab einer gewissen Größenordnung nicht mehr.“ <