„red-U“ – oder wie man aus weniger mehr macht...

Der Startschuss für die red-U GmbH, deren Firmensitz sich im Hillpark in Löhne, einer ehemaligen englischen Kaserne, befindet, wurde 2010 gesetzt: Am 1. Juli gründeten Jan C. Feller und Wolfgang Nothaft gemeinsam die Firma mit dem ungewöhnlichen Namen und verfolgten dabei ein vorrangiges Ziel: Mit weniger mehr erreichen, oder mit anderen Worten: „RED-U-ZIEREN“.

Also fängt man – einem tieferen Verständnis durchaus zuträglich – am besten gleich beim Namen an. Schon der Name ist Reduktion: als Logo ein rotes „U“ – liest sich englisch „red-U“ – und steht für „reduce“, „reduire“, „reduzieren“ auf Englisch, Französisch bzw. Deutsch.

Die beiden Gründer waren zu diesem Zeitpunkt in der deutschen Verpackungsbranche keine unbeschriebenen Blätter: Jan C. Feller hatte als Diplom-Designer bereits einige Stationen in der Entwicklungsabteilung von Verpackungsunternehmen und Kreativagenturen hinter sich und auch Wolfgang Nothaft blickte 2010 bereits auf eine langjährige Tätigkeit in der Verpackungsbranche zurück.

Heute lenkt Jan C. Feller die Geschicke von red-U allein, nachdem sich sein Kompagnon Wolfgang Nothaft im vergangenen Jahr in den Ruhestand zurückzog. Wir haben mit dem Diplom-Designer über seine – wie er es selbst nennt – „Konzeptwerkstatt“ gesprochen und dabei allerlei Interessantes über seine Ansichten zu den Themen Nachhaltigkeit, Ökologie, gutes

„Kreative Herausforderungen am Ende technisch auf den Punkt zu bringen, das ist die eigentliche Kunst. Das Ergebnis sind Lösungen, die mit weniger Bauteilen und weniger Materialgewicht auskommen. Das gilt für Verpackungen wie auch für Displays. “ *Jan C. Feller*

30 Jahre DISPLAYSYSTEME
- große Auswahl
- kleine Preise
- prima Service

Unser Katalog funktioniert ganz ohne Internetanschluß. Wir senden Ihnen gerne Ihr persönliches Exemplar.

Online-Shop
shop.jegab.de

JEGAB DISPLAY GmbH
Postfach 1222
50102 Bergheim
FON: +49 (0) 2271 / 7609-0
FAX: +49 (0) 2271 / 7609-11
E-Mail: service@jegab.de
www.jegab.de

Design und Kreativität entlang der gesamten Prozesskette erfahren.

POS kompakt: Reduzieren als Leistung, wie geht das?

Jan C. Feller: „Mit weniger Material mehr zu erreichen, das ist unsere Kernkompetenz. In einem Markt, der über Jahre hinweg nach Tonne und Quadratmeter gemessen hat, ist unsere Leistung einzigartig."

Das klingt so, als würden Sie ein wenig auf Öko setzen?

J.C. Feller: „Das wäre zu wenig. Was wir tun, ist deutlich grundlegender. Unsere Arbeit basiert auf einer sauberen Konzeption. Wir versuchen die unterschiedlichen Parameter, die teilweise widersprüchlich sind, in einen Kontext zu setzen und mit dem von uns erstellten Konzept dann ein Optimum zu erzielen."

Also eine eher technische Herangehensweise?

J.C. Feller: „Nein, es ist eher Industriedesign in seiner besten Form. Im besten Bauhaus-Sinne. Kreative Herausforderungen am Ende technisch auf den Punkt zu bringen, das ist die eigentliche Kunst. Das Ergebnis sind Lösungen, die mit weniger Bauteilen und weniger Materialgewicht auskommen. Das gilt für Verpackungen wie auch für Displays. Dass die Lösungen dann im Idealfall auch noch preiswerter sind, ist dabei ein angenehmer Nebeneffekt für unsere Kunden."

Jan C. Feller, Geschäftsführer der red-U GmbH und als Diplom-Designer für die konstruktive Umsetzung verantwortlich: Als Referenzen und Auszeichnungen seiner Arbeit lassen sich u.a. das Merci 250g Display für Storck, der Tuborg Adventskalender, das Pagodendisplay für P&G und das Klackdisplay (Deutscher Verpackungspreis) anführen, des Weiteren die PAKI 1.4 Palette (Deutscher Verpackungspreis) und der Fairy Case für P&G (Design Efficiency Award).

Was Sie beschreiben, erscheint eher wie die Leistung einer gemeinnützigen Stiftung. Doch Firmen müssen ja auch Geld verdienen. Wie geht das?

J.C. Feller: „Zugegeben, das ist anfangs schwierig gewesen. Als mein ehemaliger Kompagnon Wolfgang Nothaft und ich die Firma gründeten, hatten wir zunächst andere Verdienstmodelle im Kopf. Das haben wir mit unseren Kunden so anpassen müssen, dass wir oftmals mitten in der Beschaffungskette sitzen, also für den Kunden auch den Einkauf organisieren. Manche Kunden kaufen unsere Leistung lieber separat und beziehen ihre Materialien dann selber. Wir bieten unseren Kunden da mehrere Wege und Optionen. Wichtig ist in diesem Zusammenhang aber, dass wir uns von den bekannten Formen der Einkaufsgesellschaften deutlich unterscheiden. Der Benefit für unsere Kunden entsteht nicht durch die zwölfte Verhandlungsrunde mit den Lieferanten, sondern vielmehr durch intelligente und durchdachte Konzepte."

Können Sie uns dazu konkrete Beispiele nennen?

J.C. Feller: „Wir haben einen Neukunden, der sehr viele Thekendisplays verwendet. Diese Displays werden manuell konfektioniert und versandfertig gemacht. Unsere Idee hatte einen geringeren Materialverbrauch als seine bisherige Lösung

und war deutlich schneller konfektioniert. Nun kauft er also eine schlankere Lösung für weniger Geld ein und beim Konfektionieren spart er auch noch – Hattrick!“

Was zeichnet die Mitarbeiter in Ihrem Team aus und welche Qualifikationen muss man mitbringen, um bei red-U anfangen zu können?

J.C. Feller: „Unser gesamtheitlicher Ansatz braucht ungewöhnliche Denker; wir haben Leute im Team, die nicht nur zeichnen und kommunizieren, sondern auch 3-D konstruieren können. Unsere Leistung kann man nicht erbringen, wenn man die einzelnen Schritte vom Entwurf bis hin zum fertigen Produkt in einzelne arbeitsteilige Schritte segmentiert. Dann geht zu viel an Information verloren.“

Und Sie selber – wie haben Sie in Ihren heutigen Job gefunden?

J.C. Feller: „Als studierter Produktdesigner mit Schwerpunkt Textil war mir die Wellpappe nicht in die Wiege gelegt. Durch meine Diplomarbeit fand ich dann in die Papierbranche. Meilensteine meiner Arbeit seit 1994: Das Merci 250g Display für Storck, der Tuborg Adventskalender, das Pagodendisplay für P&G, das Klackdisplay (Deutscher Verpackungspreis), die PAKI 1.4 Palette (Deutscher Verpackungspreis), der Fairy Case für P&G (Design Efficiency Award).“

„Wichtig ist (...), dass wir uns von den bekannten Formen der Einkaufsgesellschaften deutlich unterscheiden. Der Benefit für unsere Kunden entsteht nicht durch die zwölfte Verhandlungsrunde mit den Lieferanten, sondern vielmehr durch intelligente und durchdachte Konzepte.“ *Jan C. Feller*

Und wie sehen Ihre Pläne für die Zukunft aus?

J.C. Feller: „Die red-U GmbH wird immer überschaubar bleiben. Wolfgang Nothaft und ich haben zum Thema Wachstum die Devise „sieben Jahre, sieben Leute“ ausgegeben, und der werden wir sehr wahrscheinlich auch treu bleiben. Ich kann mir aber auch gut vorstellen, mit einer weiteren Division das Thema Kunststoff anzugehen. Denn auch hier sehe ich einen weitreichenden Bedarf für unsere Leistung.“ ◆