

Puzzle & Play GmbH

Sehnsucht nach Neuem

Internet-Nutzer aus zwölf Ländern basteln ihre individuellen Foto-Geschenke auf einer Online-Plattform aus Altenstadt/WN. Mit der puzzle & play GmbH startet Norbert Weig, Erfinder des Fotobuchs, die zweite Erfolgsgeschichte.

von Astrid Gamez

Irgendwann einmal wird man schon erfolgreich, wenn man es nur lange genug probiert. Das ist das Gesetz der Statistik“, sagt Norbert Weig. Ganz so einfach ist es freilich nicht. Fachliches Können, kreative Köpfe, ganz viel Marktbeobachtung und das vielzitierte Quäntchen Glück spielen auch für den heute 46-jährigen Software-Entwickler eine Rolle, bevor ihm in den Anfangszeiten des Internets nach einer Reihe von Experimenten das Fotobuch gelang.

2002 war der gebürtige Flosser der Erste, der online die Möglichkeit anbot, private Bilder zu einem individuellen Buch zusammenzustellen. „Aber ich bin nicht der klassische Familienunternehmer, der sowas über Generationen hinweg macht“, sagt der studierte Elektroingenieur.

Er wollte es ein zweites Mal wissen. Weig: „Ich hatte immense Sehnsucht nach einem Schnitt und nach einer Neuorientierung.“ 2007 verkaufte er das florierende Online-Portal und ging „zurück zu den Anfängen“, wie er es nennt. Aus der bestehenden WEIG

GmbH gründeten er und Franz Trescher, vor zwölf Jahren dort Azubi zum Bürokaufmann und heute Mitgeschäftsführer, vor vier Jahren die puzzle & play GmbH. „Aber nach dem Grundsatz: Schuster bleib bei deinen Leisten“, erklärt der zweifache Familienvater mit Wahlheimat Parkstein. „Wir sind keine Fertigungsfirma, wir sind Leute, die im Internet zuhause sind.“ So folgte zunächst mit puzzle-katalog.de eine Online-Plattform für konventionelle Puzzles. Bald wurde der Kundenwunsch nach persönlichen Puzzles zu erschwinglichen Preisen laut und im April 2009 ging fotopuzzle.de an den Start.





Offene Kommunikation und flexible Arbeitszeiten hinter einer Fassade aus Holz und Glas. (Firmenfotos, Gamez)

Jedes Quartal ein neues Land

„Es gibt ein bis zwei Wettbewerber in Deutschland“, sagt Trescher, „aber in dieser Qualität mit den hohen Standards und bis zu 1.000 Teilen, das bieten wir als einzige an“, so der 28-jährige. Innerhalb von zwei Jahren hat sich fotopuzzle.de zum internationalen Premium-Anbieter für personalisierbare Fotopuzzles entwickelt. In nur zwei Jahren hat das Start-up-Unternehmen tausende Interessenten und Kunden im Alter von zehn bis 100 Jahren in zwölf Ländern gefunden. Dazu gehören – mit einer jeweils eigenen Internet-Plattform – Deutschland, Österreich, die Schweiz, Frankreich, die Niederlande, Belgien, Tschechien, Slowakei und die UK-Länder. Damit hat der Online-Dienstleister in kürzester Zeit einen Exportanteil von 30 Prozent erreicht. „Wir wollen die Spiele- und Geschenkebranche umkrempeln und mit unseren intelligenten und kreativen Produkten jedes Quartal mindestens ein neues Land erobern“, skizziert Weig sein ehrgeiziges Ziel. Zurzeit ist er dabei, in den US-Markt und in Polen einzusteigen. Gut 20 feste Arbeitsplätze hat der Unternehmer mit dem angenehm unaufgeregtem Wesen inzwischen am Firmensitz in Altstadt/WN geschaffen. Nächstes Jahr sollen auch erstmals Auszubildende dazukommen. Sein zu erwartender Jahresumsatz 2011: vier Millionen Euro. Im Folgejahr will er diese Summe verdoppeln.

Kreativ-Truppe mit Anspruch

„Wir sind eine motivierte Gruppe von Leuten, die irrsinnig Spaß hat, immer wieder Neues zu erschaffen“, beschreibt er den Kern des Unternehmens. Dazu passt die offene

Premiumpartner für personalisierte Fotopuzzles

Atmosphäre in Räumen aus Glas und Holz in den Büroräumen im so genannten „Ökologia“-Gebäude, das von den Planern ursprünglich als Kompetenzzentrum für Umwelt und Innovation gedacht war. Aber auch die nahezu klischeehafte Ungezwungenheit der IT-Branche ohne Dresscode, aber mit flachen Hierarchien, flexiblen Arbeitszeiten, viel offener Kommunikation und gemeinsamem Go-Kart-Fahren nach Dienstschluss. Mit Schludrigkeit hat das nichts zu tun. „Wir haben einen Premium-Anspruch und um dem auch in Zukunft gerecht zu werden, sind Produktqualität und kurze Produktionszeiten oberste Prämisse“, macht Weig klar. Das gilt für die „Hardware“ wie Papier, Karton, Design (puzzle&play setzt auf hochklassige Lieferanten und Partner), aber auch für die Software, die laut Trescher „absolut kundenorientiert und einfach in der Handhabung sein muss“. Stolz sei man daher auf das Gütesiegel von Trusted Shops, das Käuferschutz und Kundenservice überwacht.



Der Bestellvorgang ist einfach: Bild hochladen, Teilezahl wählen, Schachtellayout aussuchen, auf Wunsch dem Puzzle noch einen persönlichen Titel geben und Bestellung abschicken. Wenige Tage später hält der Kunde (ab einem Preis von 14,90 Euro) ein ganz persönliches und in dieser Form einzigartiges Fotogeschenk in Händen. Mittlerweile umfasst das Produktsortiment Fotopuzzles mit 100, 200, 500 oder 1000 Teilen sowie



IHK Service

Podcast

Den Audiobeitrag können Sie downloaden: www.ihk-regensburg.de/podcast



Einzigartiges Fotogeschenk per Mausclick



mit 600 Teilen als Herz-Puzzle, Fotoleinwände und Fotoordner. Nicht selten wird der Service auch von Unternehmen genutzt, die Puzzles mit passenden Motiven – etwa vom eigenen Firmengebäude – in größerer Stückzahl ordern, um sie an Mitarbeiter und Kunden zu verschenken. Ganz neu haben die Software-Entwickler kreiert: ein Programm, das Facebook-Freunde zu Puzzles und Postern arrangiert. Wer will, kann zu seinem Puzzle gleich den passenden Bilderrahmen mit aussuchen, der aus den Lagerräumen in

Altstadt dann gesondert dazu verschickt wird. „Um im internationalen E-Commerce erfolgreich zu sein, muss sich unsere Marketingabteilung schnell an die Gegebenheiten des jeweiligen Marktes anpassen“, weiß der Kreativ-Arbeiter und fleißige Business-Blogger Trescher. Zentrale Onlinemarketingmaßnahmen sind dabei Suchmaschinenmarketing (SEM), Suchmaschinenoptimierung (SEO), Affiliate-Marketing, E-Mail-Marketing, Online-PR und Social Media Marketing (Facebook und Co.). Hinter diesen modernen

Schlagnworten steckt bisweilen eine gewaltige Sisyphusarbeit, etwa das hundertfache verlinken von Begriffen, am Ende belohnt mit Platz 1 im Google-Suchmaschinenranking.

57.000 Motive

„Ideen müssen nicht kompliziert sein“, sagt Weig und stellt noch eines seiner neueren „Kinder“ vor: das Foto-Brettspiel, mit dem sich persönliche Fotos in ein individuelles Spiel verwandeln lassen. Spielbrett, passende Figuren und Würfel werden in einer Schachtel geliefert, die vom Kunden ebenfalls online individuell gestaltet werden kann. Und so starten am Schluss Mama, Papa, Oma und Sarah von ihrem persönlichen Spielfeld aus zum „Mensch-ärgere-dich-nicht“, das in diesem Fall allerdings „Sarah-bleib-ruhig“ heißt, nachdem der Original-Titel geschützt ist. Eine weitere Marke der puzzle & play GmbH, die ständig wächst, ist Regiobild. Unter regiobild.de können Kunden Luftaufnahmen und andere Fotos ihres Wunschortes als Puzzle, Poster und Leinwand bestellen. „Mit 57 000 Bildmotiven haben wir im Vergleich zu den Anbietern von Massenpuzzles ein deutlich umfangreicheres Portfolio“, stellt Weig fest und sein Mitgeschäftsführer Trescher macht deutlich: „Wenn man die Schachteln all unserer Motive übereinander stapelt, ergibt das die Höhe der Zugspitze.“ Weig: „Wir sind da-

Puzzles oder „Mensch-Ärgere-Dich-nicht“



mit der größte Puzzleverlag der Welt.“ Der „klassische Nischenplayer“ hat sich daran gemacht, in den nächsten Jahren den Spiel- und Puzzlemarkt „ganz groß aufzubo- hren“. Mit kreativen Köpfen und einem langen Atem wird das dem Nordoberpfälzer mit Si- cherheit gelingen. Und wer weiß. Vielleicht packt ihn dann die Lust, wieder einmal ganz etwas Neues anzufangen. ■



Hoher Anspruch an die Arbeit



Trescher und Weig: „Wir sind der größte Puzzleverlag der Welt.“

 Im FinanzVerbund der
Volksbanken Raiffeisenbanken

„ Gerne wäre ich privat
krankenversichert.
Aber rechnet sich das
denn für mich? “

Garantiert sogar!

Ob Single oder Familie, junge Einsteiger oder mit 50 und älter: Bei der SDK ist beste Qualität in der Gesundheitsversorgung kein Fass ohne Boden – anders als bei so manchem „Billigtarif“ oder den regelmäßigen Leistungskürzungen in der gesetzlichen Krankenversicherung.

Mit unserem generationengerechten Tarifwerk über- nehmen wir dauerhaft Verantwortung und bieten Ihnen optimale Leistungen für Ihre Zukunft. Privat ist nicht gleich privat – **weil Gesundheit zählt.**

Detaillierte Informationen finden Sie unter **sdk.de** oder rufen Sie an unter **01801/5778-68**. (3,9 ct/Min. aus dem deutschen Festnetz, für Anrufe aus dem Mobilfunknetz max. 42 ct/Min.)