

Hollywood vertraut auf Jena

Geschichte einer Unternehmensgründung: Wie sich zwei Verpackungsspezialisten binnen eines Jahres die großen Kunden der Branche angel, aber trotzdem Probleme mit den Banken haben.

Von Tino Zippel

Jena. Die Verpackung nicht nur als Verpackung betrachten, das war das Ziel der Jenaer Firmengründer Patrick Biesinger und Holger Sehr. Ein Jahr nach dem Start hat ihr Unternehmen Cocoon bereits Kunden aus aller Welt – sogar Hollywood vertraut auf die Produkte aus Jena.

„Wir haben bewiesen, dass eine Verpackung einen Mehrwert bringen kann“, sagt Sehr, der gleichermaßen auf Produktschutz und Verpackungserlebnis abstellt. Am erfolgreichsten sind die Jenaer mit Koffern, die Objektive beherbergen.

Kosten diese Optiken so viel wie ein Mittelklassewagen, sind die Hersteller und Eigentümer bereit, in die Verpackung zu investieren. Wert legen die Jenaer auf einen passgenauen Innenzuschnitt, der individuell konstruiert wird. Für den wertigen Eindruck importieren sie extra neuartige Schäume. „Wir produzieren nicht selbst, geben aber die Gestaltung vor“, sagt Geschäftsführer Biesinger.

Als Partner gewann das Unternehmen nicht nur die Arnold und Richter GmbH, einen der weltweit größten Hersteller professioneller Filmkameras mit Sitz in München, sondern auch prominente Filmemacher. Der Belgier Stijn van der Veken lobt die Qualität der Produkte: „Meine Ausrüstung behandle ich so vorsichtig wie ein Baby. Deshalb kommt für das Transportsystem auch nur die allerbeste Qualität in Frage.“

Zu den Kunden von Cocoon zählen auch die Materialverleiher in Hollywood, die so sicher gehen, dass ihre Technik heil wieder vom Dreh zurückkommt. Auf die Produkte ver-

trauen auch Hersteller aus den Bereichen Medizin- und Elektrotechnik. Die Jenaer Verpackungen gehen nicht nur nach Deutschland und in die USA, sondern auch nach Frankreich, Belgien oder die Emirate. Dem jüngsten Mitglied des Optonet-Netzwerkes hilft der Name Jena beim Wachstum. „Er wird überall auf der Welt mit Qualität verbunden“, sagt Biesinger.

Zu den ersten Kunden beim Start im Mai 2010 hatte Carl Zeiss gezählt. Der schnelle Aufstieg binnen eines Jahres bringt aber auch Probleme mit sich.

„Große Unternehmen haben das Potenzial unserer Produkte erkannt“, sagt Sehr. Einige schlossen Rahmenverträge ab, was aber Banken nicht davon abhielt, Kredite zur Vorfinanzierung zu verweigern. So ärgerten sich die Gründer über „Kreditinstitute, die einen hängen lassen“.

Trotzdem setzen sich beide ehrgeizige Ziele. Den Umsatz wollen sie in diesem Jahr vervielfachen. Fünf Mitarbeiter gehören zum Cocoon-Team, einen weiteren suchen die beiden Firmengründer derzeit.



Patrick Biesinger (links) und Holger Sehr mit einem Koffer für hochwertige Objektive.

Foto: Tino Zippel

Kommentar

Vom Dienstleister zur Marke

Von Tino Zippel

Im Umfeld von Hochtechnologieunternehmen siedeln sich innovative Dienstleister an, so wie in diesem Beispiel. Verpackungen sind heute meist so konstruiert, dass sie keine weitere Funktion haben, als ein Gerät für den Verkaufsakt zu verhüllen. Wie es anders geht, be-

weisen die Jenaer. Nehmen wir die Fotokoffer, die nicht nur für den einmaligen Transport gemacht sind – und damit den Kunden einen dauerhaften Zusatznutzen bringen.

Diese Eigenschaften kommen letztlich der Firma Cocoon zugute, die aus der Riege der Dienstleister aufsteigt und sich als Marke etabliert.