



Presseinformation

Dübel statt Fernsehen

Im Gespräch mit Leonard Diepenbrock, Geschäftsführer der TOX-Dübel-Technik GmbH & Co. KG

Drei Buchstaben, zwei Welten: TOX und RTL. Im September 2007 übernahm Leonard Diepenbrock (35) die operative Geschäftsführung der TOX-Dübel-Technik GmbH & Co. KG. Der RTL-Nachrichtenmann und Journalist steht nun in dritter Generation dem mittelständischen Familienbetrieb vor. Ein Gespräch über Unternehmertum am Standort Deutschland und Markenfaszination.

Sie sind Journalist, Nachrichtensprecher und Dübel-Unternehmer. Wie passt das zusammen?

Leonard Diepenbrock: „Management besteht zu 95 Prozent aus Kommunikation. Als Journalist habe ich gelernt, mich in kürzester Zeit in neue Themengebiete einzuarbeiten und zielgerichtet Fragen zu stellen. Die redaktionelle Berufserfahrung hilft mir also durchaus bei meiner jetzigen Tätigkeit. Im Übrigen vertraue ich auf unsere rund 100 Mitarbeiter und glaube nicht, alles besser als meine Fachleute wissen zu müssen. Das wäre für jeden Unternehmer fatal.“

Mit der Entscheidung für TOX mussten Sie sich – zumindest weitgehend – von Ihrem alten Beruf verabschieden. Keine leichte Wahl, oder?

„Eine Festanstellung bei Europas größtem Fernsehsender gibt man nicht einfach so auf, nur, um einmal Unternehmer im Schwäbischen zu spielen. Auch wenn es vielleicht pathetisch klingt: Wir heben bei TOX gerade einen Schatz, das reizt mich. Es gibt Handwerker, die für eine Gipskartonwand niemals etwas anderes als unseren roten TRI-Dübel verwenden würden. Das fasziniert mich. TOX ist eine traditionsreiche Marke und ich möchte ihr neues Leben einhauchen. Das war die eigentliche Motivation, den neuen Job anzunehmen. Das Fernsehen werde ich aber nie ganz aufgeben. Insofern bin ich RTL sehr dankbar, dass ich immer wieder eingesetzt werde, aber nicht mehr um zwei Uhr morgens aufstehen muss, um das Frühstücksfernsehen zu moderieren.“

Woher kommt diese Motivation für TOX, dieses Interesse?

„Ich bin in der Werbeagentur meiner Eltern und damit mitten im Marketing aufgewachsen. Danach habe ich internationales Management studiert. Bei uns

zu Hause kam es vor, dass mein Vater abends einfach den Fernseher ausstellte und ich musste alle Werbespots aufschreiben, die ich mir merken konnte. Zu diesem Zeitpunkt war ich sieben. Mit zwölf wusste ich, was ein USP ist. Große Marken faszinieren mich – seit jeher. Sie sind einfach die emotionalste Seite eines Unternehmens. Ich mag Marken, sie sind sensibel, wertvoll und tauchen in keiner Bilanz auf.“

Was mögen Sie noch?

„Ich mag Menschen. Ich lerne gerne neue Gesichter kennen und mich interessiert, was andere denken. Diese Eigenschaften können Medienschaffende sicherlich gut gebrauchen – aber auch Unternehmer. Ich analysiere zum Beispiel gerne, wie Menschen einkaufen, wie sie sich im Baumarkt orientieren, ob sie finden, was sie suchen oder frustriert nach Hause gehen. Die gewonnenen Erkenntnisse dann in Produktentwicklung und Marketing zu integrieren, finde ich ungemein spannend.“

Welche Ihrer Aufgaben bei TOX war bislang die schwierigste?

„Der Standortwechsel im August 2006, ganz klar. Mit dem Umzug haben wir nach sechzig Jahren alle Prozesse neu strukturiert. Wir haben sozusagen eine große Kiste umgekippt und alle Klötzchen neu aufgestellt. Dazu gehört, dass wir jetzt nur noch auf einer Ebene fertigen und damit viel effektiver, aber auch transparenter sind. Neben diesen großen Veränderungen gab es auch eher unauffällige: Es existierten beispielsweise früher neunstellige Artikelnummern. Sie haben wir durch eine einfache Zahlen-Buchstaben-Kombination zu ersetzt. ‚E22‘ kann man sich eben besser merken und es entstehen weniger Fehler bei der Konfektionierung der Kundenware.“

Sie haben sich bewusst für den Standort Deutschland entschieden. Warum?

„Die Überlegung ins Ausland zu gehen, gab es nie. Wir schätzen die hohe Produktqualität und unsere fachlich gut ausgebildeten Mitarbeiter. Unsere Kunden entscheiden sich für beste Markenqualität, wenn sie TOX-Dübel kaufen. Diesem Anspruch wollen und müssen wir gerecht werden. Aus unserer Sicht kann man in Deutschland gut und auch günstig produzieren, wenn die Prozesse stimmen. Natürlich sind günstige Löhne verlockend – weil sie kurzfristig den Kostendruck nehmen. Langfristig besser sind optimal ausgerichtete Prozesse und eine schnelle Logistik.“

Sie sprechen immer wieder von einem Markenprodukt, dabei sind Dübel doch eher unscheinbar ...

„Es ist wahr, der Dübel ist für wenige Cent zu haben und dazu verdammt, ein Schattendasein in der Wand zu führen. Es gibt Produkte, die mehr Sex-Appeal besitzen. Alles richtig. Aber nur ein wirklich raffinierter Dübel schafft es, mit den unterschiedlichsten Baustoffen zurechtzukommen – und so einen neuen Flachbildfernseher auf Jahre sicher zu halten. An dem Dübel sollte der Heimwerker also nicht sparen, sonst kann es schnell teuer und ärgerlich werden. Das müssen wir unseren Kunden vermitteln. Außerdem macht es jeden Heimwerker stolz, ganze Arbeit zu leisten. Allein dafür lohnt sich der Kauf.“

TOX feiert 2007 sein 60. Firmenjubiläum. Wie sieht die Zukunft aus?

„TOX wird auch in den nächsten 60 Jahren pfiffige Befestigungslösungen bieten. Heute ist das Unternehmen die Nummer zwei im deutschen Dübelmarkt – wir werden unsere Stellung weiter ausbauen. Unser Wettbewerber Fischer ist zehnmal größer als wir, Fischer ist der Goliath, TOX der David. Ich finde diese Rolle ja ganz reizvoll ...“

Zur Person: *Leonard Diepenbrock wurde am 7. Juli 1972 in Hamburg geboren und schnupperte in der Werbeagentur seiner Eltern früh „Marketingluft“. Mit 16 Jahren wurde er jüngster Fotoreporter der „Hamburger Morgenpost“, später druckten auch das „Hamburger Abendblatt“ und „Die Zeit“ seine Aufnahmen. Trotz der frühen journalistischen Erfolge plante Leonard Diepenbrock eine betriebswirtschaftliche Karriere und studierte internationales Management in Hamburg und Bordeaux. Seit 1996 arbeitet der Nachrichtenredakteur, Reporter und Moderator für den Fernsehsender RTL. Zu den Formaten, die er moderierte, gehören „Punkt 6“, Punkt 9“ und das Starmagazin „Exklusiv“. Seit 2005 sind Isabelle und Leonard Diepenbrock verheiratet. Die beiden Diplom-Kaufleute und heutigen Gesellschafter der TOX-Dübel-Technik GmbH & Co. KG kümmerten sich nach dem überraschenden Tod von Isabelles Vater spontan um die Belange des Unternehmens. Nach sieben Jahren Beiratstätigkeit übernahm Leonard Diepenbrock im September 2007 die operative Geschäftsführung, während sich seine Frau nun vorwiegend der kleinen Familie widmen möchte.*

Informationen für alle Profis und Laien: www.tox.de oder Tel. 0 75 76 / 92 95-0.
Technische Fragen beantwortete die **Service-Hotline 0 18 05 / 86 99 37**