

## **Holger Prüßner, Vorstandsvorsitzender & Gründer**

### **„Stillstand ist für mich das Schlimmste“**

Dass eine erfolgreiche Unternehmer-Laufbahn nicht unbedingt auf direktem Wege beginnen muss, zeigt der Lebenslauf des Gründers und heutigen Vorstandsvorsitzenden der SOLUTIONS Branding & Design Companies AG: Geboren und aufgewachsen im Ruhrgebiet machte Holger Prüßner nach der Schule eine Ausbildung als Chemielaborant und parallel das Abitur auf dem Zweiten Bildungsweg. Es folgten der Umzug nach Hamburg und ein Studium der Kunstgeschichte, der Archäologie und der Ägyptologie.

Zum Design kam er letztendlich durch einen Nebenjob: Die Agentur eines Freundes benötigte Unterstützung im Vertrieb und Prüßner übernahm die Neukundengewinnung. Mit Riesenerfolg: Der erste Auftrag, den er einholte, kam von der Firma Schwarzkopf, kurz darauf folgte HB. „Erst viel später habe ich verstanden, dass es gar keine so schlechte Leistung war, solche Konzerne von einer kleinen Agentur zu überzeugen“, sagt der Vorstandsvorsitzende schmunzelnd. Andere erkannten sein Potential offensichtlich schneller: In den folgenden Jahren arbeitete er als Berater u. a. für IFP und Windi Winderlich (heute The Brand Union).

### **„Ein schönes Design muss nicht unbedingt das richtige Design sein“**

Irgendwann reichten ihm jedoch seine Möglichkeiten in den Agenturen nicht mehr aus. „Ich wollte besondere Sachen machen und für Top-Kunden arbeiten“, so der 51-jährige. „Aber als Angestellter konnte ich meine Ideen einfach nicht verwirklichen; damit war die Selbstständigkeit der logische Schritt.“ Zusammen mit einer damaligen Kollegin aus dem Grafikdesign gründete er zunächst eine Packaging-Agentur und erreichte eine hohe Kundenzufriedenheit vor allem dadurch, dass er schon damals größten Wert auf die strategische Beratung und auf den Marketing-Aspekt legte.

„Das Ziel ist, unseren Kunden durch unsere Dienstleistung größere Umsätze zu verschaffen, nicht einfach nur, ihre Produkte besser aussehen zu lassen“, sagt der Unternehmensgründer. „Bei uns steht im Vordergrund, richtiges Design zu machen, das verkauft. Nicht nur schönes, das im Regal stehen bleibt.“ Dass das Ergebnis dann am Ende des Tages auch optisch ausdrucksstark ist, versteht sich von selbst. Genau dieses einzigartige und innovative Design ist es, das die Arbeit von SOLUTIONS ausmacht.

Um das zu erreichen werden seit vielen Jahren Erkenntnisse aus der Neuropsychologie in die Arbeit einbezogen. Unverständlich für Prüßner, dass es immer noch einige Kunden und sogar Mitbewerber gibt, die die Notwendigkeit dieser Aspekte nicht erkennen: „Wer heute nichts über Neuromarketing weiß, ist im Branding falsch.“ Im Hause SOLUTIONS kennt sich jeder Berater damit aus; sie lassen das Wissen darüber, was sich am Point of Sale im Gehirn des Verbrauchers abspielt, in ihre Konzepte und damit später auch ins Design einfließen.

### **„20 Jahre immer nur das gleiche machen, so könnte ich nicht arbeiten“**

Von Beginn an war Holger Prüßner klar, dass SOLUTIONS fortwährend weiterentwickelt wird und keine Packaging-Agentur bleibt: „Langfristig wollte ich einen ganzheitlichen Branding-ansatz erreichen, und die Entwicklung dahin war absolut stringent.“ So wurden bereits nach wenigen Jahren die Marketingberatung und die Innovationsplanung ausgebaut - ein Grundstein für die Bereiche Corporate Development und Corporate Branding, die heute ganzheitliche Markenkonzepete für renommierte Kunden verantworten.

Der Bereich Produktentwicklung wurde aus der Taufe gehoben, besetzt mit hoch qualifizierten Industriedesignern und fachlich kompetenten Ingenieuren, die mit den besten 3-D-Programmen arbeiten, die auf dem Markt erhältlich sind. Heute ist der Bereich Product Development ein Garant für den regelmäßigen Erhalt von Designpreisen wie IF oder Red Dot. Sogar der japanische Good Design Award sowie der amerikanische IDEA Award, einer der weltweit renommiertesten Preise, wurde SOLUTIONS bereits verliehen.

Die Abteilung Naming wurde auf- und stetig weiter ausgebaut, mit demselben Grundsatz wie schon hinsichtlich des Product Brandings: Nicht schöne Namen sollen gefunden werden, sondern Namen, die strategisch hergeleitet und damit richtig sind. „Wir denken aus der Marke heraus“, so der Stratege. „Dies verschafft uns einen Vorteil gegenüber der Konkurrenz, die juristisch an die Aufgabe herangeht. Die rechtliche Überprüfung ist der logische zweite Schritt.“

Es folgten die Units Trendmanagement und User Research - in denen SOLUTIONS neben Wirtschaftswissenschaftlern auch Soziologen, Kulturwissenschaftler und Wirtschaftspsychologen beschäftigt. „Wir sind europaweit das einzige Unternehmen, das alle Disziplinen im Brandingbereich inhouse beherrscht und nicht auf ein externes Netzwerk zurückgreifen muss“, erklärt der Gründer nicht ohne Stolz. Unumgänglich für die Perfektion, auf die Holger Prüßner größten Wert legt: „Projekte, für die SOLUTIONS verantwortlich ist, werden nicht halbherzig ausgeführt - das hasse ich.“

### **„Ein Wort gilt“**

Geradlinig ist er, das gilt auch in den Absprachen. Er ist ein ‚Handschlag-Typ‘, wie er selber sagt, hält viel von alten Werten. Dies bezieht sich auch auf seine soziale Verantwortung als

Arbeitgeber: „Unseren Mitarbeitern gegenüber sind wir verpflichtet. Wenn eine Kündigung überhaupt notwendig werden muss, dann wird sie sehr lange überdacht und nie leichtherzig ausgesprochen“, so die Überzeugung des Vorstandsvorsitzenden. „Die gekündigten Mitarbeiter kann ich bis heute an einer Hand abzählen.“ Überhaupt legt er großen Wert auf eine gutes Arbeitsklima und einen freundlichen, bewusst partnerschaftlichen Umgangston. „Wenn die Atmosphäre von Angst geprägt ist, kann keine gute Leistung dabei herkommen“, meint Prüßner. „Die Mitarbeiter sollen sich einsetzen, weil sie das wollen, nicht weil sie Druck bekommen.“

Überhaupt ist ihm die Nähe zu seinen Mitarbeitern wichtig. Seine Tür steht immer offen; wer ihn sprechen möchte, kann jederzeit zu ihm kommen, und seine Telefongespräche werden nicht durch eine Sekretärin gefiltert, sondern von ihm selbst entgegengenommen. Nur ein Zeichen für seine Bodenständigkeit, die er trotz des Erfolges behalten hat. „Mein Privatleben hat zum Beispiel überhaupt nichts mit Design zu tun“, so der Unternehmer. „Ich bin in erster Linie Familienvater, das beschäftigt mich in meiner Freizeit vollauf.“ Seine Frau und er verbringen mit Sohn und Tochter, die sie vor einigen Jahren im Ausland adoptiert haben, viel Zeit auf Sportveranstaltungen oder Reisen.

Aus dem Tagesgeschäft hält er sich inzwischen weitest gehend heraus. Neben der inhaltlichen Weiterentwicklung von SOLUTIONS - derzeit wird ein vollkommen neuer Dienstleistungsbereich etabliert - steht die Internationalisierung des Unternehmens für Prüßner im Vordergrund. Nachdem die Gründung der ersten Niederlassung in München bereits 2001 bestätigt hat, dass die Anwesenheit vor Ort ausschlaggebend für die Neukundengewinnung und deren Betreuung ist, entschloss er sich kurz darauf zum Schritt ins Ausland. Heute hat SOLUTIONS Standorte in New York, Moskau, Shanghai und Istanbul. Weitere Dependancen werden in den kommenden Jahren folgen.

Keine Rede also von Stillstand - Holger Prüßner hat innerhalb von 14 Jahren aus einer Packaging-Agentur eines der führenden europäischen Unternehmen im Bereich Branding, Design und Innovation gemacht und wird SOLUTIONS zusammen mit seinen Partnern in den kommenden Jahren erheblich weiterentwickeln. Dem Ziel der weltweiten qualitativen Marktführerschaft entgegen.