

## Blackeight, Markenexpertise

Von Anfang an top-eingerichtetes Büro, eingespieltes Team, reichlich Kapital und ein volles Auftragsbuch? „Ganz so reibungslos lief das nicht“, sagt Armin Schlamp, neben Dr. Matthias Hüsgen Geschäftsführer des Münchener Brand-Consultingunternehmens Blackeight. „Auch als Ausgründung fängt man bescheiden an. Wir erfüllen sogar das Klischee von Gründern, die abends mit Pizza-Kartons auf Bierkästen gehockt haben.“ Lange währte dieser Zustand allerdings nicht, schließlich war der Start in die Selbständigkeit am 1. April 2012 wohlüberlegt: „Im Grunde genommen nur logisch, denn eine Weiterentwicklung des Beratungsansatzes wäre als Geschäftsfeld innerhalb der früheren Corporate-Design-Agentur nicht in der Form möglich gewesen, wie wir uns das gewünscht haben“, erzählt Hüsgen, der seit 2009 wesentlich zum Ausbau der Unit beigetragen hatte.

Schlamp war zwölf Jahre bei der KMS TEAM GmbH, einem renommierten Unternehmen für Markenstrategie, -design und -kommunikation, davor hatte er sechs Jahre die Entwicklung der Marke Audi in Ingolstadt mitverantwortet. Hüsgen kann insgesamt auf zehn Jahre Erfahrung in verschiedenen Beratungshäusern zurückblicken. Blackeight haben die beiden mit sechs Mitarbeitern zum Laufen gebracht, bekannten und neuen Gesichtern. Darüber hinaus arbeiten sie projektweise mit verschiedenen Beratungsunternehmen sowie Agenturen zusammen. Die Consultants bezeichnen sich selbst als Sparring-Partner in allen Fragen strategischer und operativer Markenführung. „Un-

ser Ausgangspunkt ist die Marke als umfassendes Steuerungsinstrument. Auf den Punkt gebracht, machen wir Markenführung für unsere Kunden effektiver und effizienter“, berichtet Hüsgen.

Wie sich das Führen des eigenen Unternehmens nach knapp zwei Jahren anfühlt? „Als richtiger und wichtiger Schritt. Dabei haben wir gut daran getan, uns im Vorfeld umfassend beraten zu lassen, juristisch, aber auch durch einen versierten Steuerfachmann“, so Schlamp. Der 43-Jährige sieht außerdem einen großen Vorteil darin, dass er und sein Geschäftspartner sich eher ergänzen als gleichen, und zwar rational wie emotional. „Allein hätte ich diesen Sprung nicht gewagt, dafür ist unsere Dienstleistung viel zu speziell und komplex. Genauso wenig

wollten wir eine weitere Senior-Men-Kombo wie ‚HüsgenSchlampundPartner‘ auf den Markt bringen. Blackeight ist vielmehr als Pool erfahrener Partner gedacht und funktionierte deshalb von Beginn an als Team.“

Enttäuschend fällt dagegen das Resümee in Sachen Finanzierung aus. Trotz aussagekräftiger Referenzen wurde den beiden ein Gründungskredit verweigert. Das Startkapital lieferte stattdessen ein klassischer Hausbankkredit. Schlamps Rat an potenzielle Gründer in einer ähnlichen Ausgangssituation: sich selbst nicht überholen wollen. „Geduld bewahren und sich selbst treu bleiben – speziell für sehr erfahrene, nicht mehr ganz junge Gründer ziemlich herausfordernd, aber letztlich erfolgsentscheidend.“



*Dr. Matthias Hüsgen und Armin Schlamp (re.) sind die Gründer des Münchener Brand-Consultingunternehmens Blackeight. Die Consultants bezeichnen sich selbst als Sparring-Partner in allen Fragen strategischer und operativer Markenführung*