

M:PROFILE

mmp

MACHER MARKEN MÄRKTE

STRATEGIEN ERFOLGREICHER UNTERNEHMER

Heft 3-4/2011  
1. August 2011  
5. Jahrgang  
Preis: 9,50 Euro  
www.m-profile.de



**Mit dem Strom**  
Autos von Morgen

**Frauen im Anzug**  
Karriere lernen

**CSR als PR**  
Grünes Gewäch

# Spielfeld Neue Energien

Politisches Kalkül gegen mutige Visionen



**Helmut Rasch:** „Eigenfinanzierung sorgt für extrem günstige Kostenstruktur und langfristige Stabilität“

MAXCHOICE – SPEZIALIST FÜR BEZIEHUNGSMANAGEMENT

## Faire Deals werden belohnt

Autorin: Daniela Kühn

**Wirtschaftskrisen versetzen viele Unternehmer in Angststarre. Nicht so Helmut Rasch, der in die Agonie der New Economy hinein aus komplett eigenen Mitteln einen Dienstleister für das Beziehungsmanagement von Firmen gründete. Zehn Jahre später ist maxchoice international aufgestellt und bildet mit Gutschein-Programmen, Shoplösungen sowie exklusiven Incentives die Benchmarks in seiner Branche.**

Am Gelde hängt, zum Gelde drängt doch alles: Als Helmut Rasch potenziellen Kapitalgebern Anfang 2001 sein Geschäftsmodell vorstellte, fing er sich reihenweise Absagen ein. Zu viele Investoren hatten sich in den Monaten zuvor im Rausch der New Economy kräftig die Finger ver-

brannt. Keine Kredite, kein Venture Capital – nach gut einem halben Jahr so intensiver wie erfolgloser Finanzierungsgespräche entschied Rasch, sein Unternehmen aus eigenen Mitteln und damit langsamer als geplant aufzubauen. maxchoice startete am 1. Juli 2001 in Brühl.

Mit zwei Mitarbeitern entwickelt Rasch zunächst einen sogenannten einstufigen Gutschein, der bundesweit wie Bargeld bei verschiedenen Händlern direkt akzeptiert wird. Eine kleine Revolution, war der damalige Markt doch geprägt von zweistufigen Scheckmodellen. Hierbei erhält der Beschenkte Coupons oder Codes, die er vor Gebrauch erst in Original-Gutscheine umtauschen muss. Selbstbewusst versprach Rasch

seinen Partnern, den Erfolg von Marketing- und Vertriebskampagnen sowie bei der Mitarbeitermotivation signifikant steigern zu helfen.

Im Jahr 2008 legt maxchoice mit einem zweistufigen Angebot nach. War es bis dahin üblich, Servicegebühren zu erheben, verzichtet das Unternehmen mit seinem Modell darauf und gibt zudem den Großteil der Händlerrabatte an die Firmenkunden weiter. „Damit verschwanden rund 90 Prozent der ehemaligen Margen – zum Wohle der maxchoice-Partner und sehr zum Leidwesen der mit Venture Capital finanzierten Mitbewerber“, kommentiert Rasch. Letztere können ihr Geschäft nur durch Rabattabzug und Serviceaufschlag lukrativ betreiben.

maxchoice dagegen wächst behutsam von innen heraus, diversifiziert in neue Segmente von der Messelogistik über online-gestützte Shoplösungen bis zu exklusiven Event-Programmen für Firmen- und Privatkunden. Ab 2006 leitet Rasch die Internationalisierung ein, gründet Töchter auf Teneriffa und Niederlassungen im deutschsprachigen Ausland. Im Vierjahres-Schnitt wächst maxchoice jährlich mit Raten jenseits von 80 Prozent. 2010 summiert sich der Gruppenumsatz auf 22 Millionen Euro, für das laufende Jahr ist eine Verdopplung geplant.

Grund genug für Rasch, die eigenen Ziele höher zu stecken: Seit 2002 ist er im Besitz des deutschen Patents für eine Geschenkschecklogistik, mit der die virtuelle Verifizierung von physischen Zahlungsmitteln direkt an den Händlerkassen möglich wird. Das im April 2010 erteilte Europa-Patent erlaubt ihm nun den Roll-out, zunächst wohl in England und der Schweiz. Rasch: „Wir können die Abwicklung am PoS damit günstiger gestalten als jedes Prepaid-Punkte-Kartenkonzept, das zur Zeit für das Beziehungsmanagement kursiert.“

Um seine Ambitionen zu unterstreichen und sich gegenüber Marktpartnern zu verpflichten, hatte sich der Firmengründer frühzeitig dem Qualitätsmanagement verschrieben. So unterzog sich maxchoice einer externen Prüfung seiner Produkt- und Service-Palette und ist heute nach

eigenem Bekunden das einzige Unternehmen seiner Branche mit TÜV-Zertifizierung (Note: „sehr gut“) – seit dem vergangenen Jahr übrigens auch auf internationaler Ebene. Für Rasch und die inzwischen mehr als 50 Mitarbeiter Ansporn und Verpflichtung zugleich.

Heute zählt die Gruppe mit ihren 18 Produkt- und Service-Sparten in zehn internationalen Gesellschaften über 5.000 Kunden und fast 600 Kooperationspartner. Rasch will auch in Zukunft behutsam organisch wachsen, Zukäufe – typische Strategie von Venture-Capital-Gebern – kommen für ihn nicht in Frage. Mit Blick auf manchen Mitbewerber kritisiert er: „VC ist auf ‚Abspecken‘, ‚Rosinen picken‘, ‚Reibach machen‘ und ‚abhauen‘ aus. maxchoice strebt eine langfristige Zusammenarbeit mit seinen Partnern, Kunden und Mitarbeitern an.“

Im Rückblick sagt der Gründer und Alleingesellschafter der maxchoice-Gruppe heute, die Zurückhaltung fremder Kapitalgeber damals sei sein Glück gewesen: „Unsere vollständige Eigenfinanzierung sorgt für eine extrem günstige Kostenstruktur und langfristige Stabilität. Beide Aspekte ermöglichen eine Win-Win-Orientierung, welche kaum nachahmbar ist.“ Und weil Kleinmut seine Sache nicht ist, fügt Rasch hinzu: „Spätestens im Jahr 2016 wollen wir die erste Umsatzmilliarde erzielt haben.“ Es ist ihm ohne Zweifel zuzutrauen. ■



maxchoice GmbH & Co. KG  
we love success

#### HISTORIE

- 2001** Gründung auf Eigenkapitalbasis, Fokus auf B2B-Beziehungsmanagement
- 2002** Deutsches Patent auf Gutschein-Logistik, erstes Produkt: „maxchoice-geschenkscheck“
- 2003** Einführung des „maxchoice-sachbezugschecks“, bis heute stand-alone
- 2004** Start des CSR-Engagements, Einführung des „maxchoice-spendenschecks“
- 2006** Start der Internationalisierung, Launch des „maxchoice-sachbezugs-shops“
- 2007** Gründung maxchoice-cards international s.l. Teneriffa, Launch des „maxchoice-prämienshops“
- 2008** Start der Event-Sparte „maxchoice-islands“; Rabattierung zweistufiger Universalgutscheine
- 2009** TÜV-Zertifizierung; Start in Österreich und der Schweiz; Sponsoring von Kongressen/Seminaren
- 2010** Europa-Patent auf Gutschein-Logistik; intern. TÜV-Zertifizierung, Produktlaunches SMS/Couponing
- 2011** 10-jähriges Jubiläum; geplanter Umsatz in diesem Jahr: 50 Mio. Euro

#### MANAGEMENT

Helmut Rasch – Gründer und Alleingesellschafter

#### MAXCHOICE IN ZAHLEN

Gründung 1. Juli 2001  
100 % eigenkapitalfinanziert  
80 % Wachstum p.a. im Vierjahres-Schnitt  
55 Mitarbeiter (international)  
knapp 600 Kooperationspartner  
über 5.000 Kunden  
18 Produkt-/Service-Sparten  
10 internationale Gesellschaften  
in 32 Ländern aktiv  
22 Mio. Euro Umsatz (2010)  
TÜV-zertifiziert

#### KONTAKT

Telefon: 0 22 32 – 93 92-0  
info@maxchoice.de  
[www.maxchoice.de](http://www.maxchoice.de)