



## **Kettler oder die Kunst sich neu zu erfinden**

Eine traditionsreiche Marke in die Zukunft zu übertragen – vor dieser Aufgabe sah sich Melanie Lauer, als sie 2020 als CEO der Schweizer Trisport AG antrat. Das Unternehmen hatte zuvor die Rechte erworben, unter dem bekannten Markennamen Kettler Fitnessgeräte für den Heimbedarf herzustellen und zu vertreiben.

Wer seine Kindheit oder Jugend in den 80er Jahren erlebte, kam an Kettler wahrscheinlich nicht vorbei. Ob Heimtrainer, Tischtennisplatte, Alu-Rad oder noch viel mehr: Kettler gehörte zu den Kult-Marken made in Germany, die mit bester Funktionalität und hohem Qualitätsversprechen große Erfolge feierte. Doch das Familienunternehmen aus NRW, einst von Heinz Kettler gegründet, geriet in wirtschaftliche Schwierigkeiten und letztlich in die Insolvenz.

Um eine neue Vision für die Marke Kettler zu entwickeln, verordnete Melanie Lauer sich und ihrem Team einen grundlegenden Überarbeitungsprozess. Den Knopf komplett auf Reset schalten und die gesamte Herangehensweise an die Herstellung von Fitness-Produkten radikal überdenken. Aus diesem Prozess resultierte der neue Kerngedanke: Die Objekte als Teil der Umgebung zu verstehen, in der sie zum Einsatz kommen, also dem eigenen Zuhause. Erst durch die Eingliederung in das tägliche Leben gelingt es, das Sportgerät emotional so aufzuladen, dass es eben nicht wie ein Fremdkörper wirkt.

Für diesen neuen Ansatz waren weitreichende Maßnahmen erforderlich. Das Unternehmen Trisport, bislang nur als Schweizer Generalimporteur bekannter Sportmarken tätig, trat mit dem Erwerb der Lizenzrechte erstmals als eigenständiger Produzent von Fitness-Produkten auf und startete damit auch gleichzeitig den europaweiten Vertrieb und die Vermarktung. Dafür bedurfte es einer Neu-Organisation sämtlicher Business-Units von Trisport, um die Chancen und Möglichkeiten des Heimtraining-Marktes passgenau bedienen und damit auch selbst gestalten zu können.

Und der Turn-around ging auf: Vor dem Kauf der exklusiven Lizenzrechte der Marke Kettler war die Trisport AG ein Schweizer Distributor mit zehn Mitarbeiter\*innen, der innerhalb der Landesgrenzen als Generalimporteur unterschiedlicher Sportmarken agierte. Zwei Jahre später ist sie ein internationales Unternehmen, das Sportgeräte der bekannten Marke KETTLER produziert, vermarktet und in über 26 Ländern in Europa verkauft – und das bereits im ersten Jahr profitabel.