

LAMODULA – ÜBER UNS

Was uns bewegt und begeistert...

Hallo und Servus,
schön, dass Sie hier sind! Gerne teilen wir unsere Erfahrungen und erzählen, wie sich unsere Vision und unsere Lust am unternehmerischen Schaffen zu einem florierenden Unternehmen entwickelt hat.

Der Wunsch, den eigenen Ideen beruflich Raum zu geben und die Lebensqualität für uns und unsere Familien zu erhöhen, stand dabei im Vordergrund. „WIR“, das sind Betriebswirt Hannes Bodlaj, Optikermeister Martin Krebs und Grafik-Designer Boris Mikula. Wir sind seit Kindertagen befreundet und leben mit unseren Familien im wunderschönen Villach. Was uns verbindet ist die Affinität zur Natur und der Wunsch nach einem nachhaltigen Lebensstil, der Genuss und die schönen Dinge des Lebens mit einschließt.

Mit der offenen Beantwortung der Fragen in diesem Interview möchten wir Sie inspirieren. Wir möchten Sie ermutigen, den eigenen Ideen eine Chance zu geben, Eigenverantwortung zu übernehmen um sich Dingen zu widmen, die Sie vielleicht schon lange verwirklichen wollen.

VON DER VERLOCKUNG, FÜR DIE EIGENEN ZIELE ZU ARBEITEN...

Hannes, Sie haben nach Ihrer Abendmatura und Ihrem Studium bei Großunternehmen Karriere gemacht. Woher kommt die Energie, einen gutbezahlten und sicheren Job an den Nagel zu hängen?

HANNES

In meiner persönlichen Entwicklung hat sich der Drang zur Selbständigkeit langsam, aber konstant herauskristallisiert. Nach meiner Lehre als Einzelhandelskaufmann und der Berufs begleitenden Matura Anfang der 90er Jahre, kam in mir der Ehrgeiz hoch, das Maximum aus meinen Fähigkeiten herauszuholen. Den Wissensdurst, den meine schulische Karriere nicht befriedigen konnte, habe ich an der Uni stillen können.

Als BWL Absolvent bekam ich dann die Chance, in großen Kärntner Unternehmen mitzuarbeiten, was ich auch lange Jahre getan habe. Es folgten weitere Karrierestufen mit interessanten Tätigkeiten, aber sie waren allesamt langfristig nicht erfüllend. Es kam einfach kein richtiges Wohlgefühl auf. Irgendwann war dann der Reiz der großen Strukturen weg und das hat mich dazu verführt, zu überlegen, wie ich den Weg in die Freiheit und Selbständigkeit schaffen könnte. Ich wollte etwas anderes tun, als das was ich bisher kannte, denn der Sinn der Sache war für mich nicht mehr gegeben. Zudem wollte ich eine Verbesserung meiner persönlichen Lebenssituation. Daher habe ich nach Chancen gesucht, mich beruflich selbst zu verwirklichen.

Martin, auch Ihr Leben war bisher stark vom Sicherheitsdenken geprägt, begleitet von einer beachtlichen Karriere in der Optikerwelt. Was hat Sie dazu bewogen, den Schritt in die Selbständigkeit zu wagen?

MARTIN

Ich war schon immer ein unternehmerisch denkender Mensch. So habe ich nach meiner Optiker-Lehre und der ersten erfolgreichen Berufserfahrung in einem renommierten Villacher Brillengeschäft den Optikermeister nebenberuflich absolviert. Sozusagen als Vorbereitung für eine mögliche Selbständigkeit. Als Sohn einer Beamtenfamilie fehlte mir dazu aber sehr lange der erforderliche Mut.

In den darauf folgenden Jahren wechselte ich in die optische Industrie, wo ich mich mit Design beschäftigte und ein optisches System mit internationalem Patentschutz entwickelte. Ich konnte in diesem Unternehmen ganz neue Erfahrungen sammeln, internationale Märkte aufbereiten und mehrere Optikergeschäfte aufbauen. Hier konnte ich meine unternehmerische Ader sozusagen in einer „geschützten Werkstätte“ ausleben, indem ich die Designabteilung leitete und für die größten Modelabels der Welt Brillenfassungen entwarf.

Mein späterer Aufstieg zum technischen Direktor hat mir viel mehr Freiraum eingeräumt, als es viele andere Mitarbeiter hatten. Dennoch habe ich aus freien Stücken gekündigt. Ich konnte es mit meinem Gewissen nicht vereinbaren, wie der Großteil der Mitarbeiter behandelt wurde. Also ging ich 2003 zu meinem beruflichen Ursprung - zum Optischen Handel - zurück.

Das war und ist ein weltweit führender Optikhandelskonzern. Nach mehr als zehn Jahren in leitender Funktion bin ich auch dort ausgebrochen. Denn die Menschlichkeit kam für mein Empfinden wieder zu kurz. Mitarbeiter sollten meist wie Roboter funktionieren und die Freude an der Arbeit blieb dabei oft auf der Strecke. Ich wusste, dass das nicht meine Zukunft sein konnte. Und mein Drang zur Selbständigkeit war mittlerweile zu groß, als dass ich mich weiterhin unterordnen wollte.

Es hat schlussendlich 49 Jahre gedauert, bis ich mich schließlich in die Selbständigkeit begeben habe (lacht).

BORIS

Ich wurde von Martin und Hannes gebeten mich mit meiner Profession als Grafik-Designer und Werbefachmann in die neu entstandene Firma ein zu bringen. Nach anfänglichem Zögern, da ich wusste, dass man sehr viel Zeit investieren muss, habe ich mich doch entschlossen meine Freunde mit voller Kraft zu unterstützen. Einerseits weil ich ihnen helfen wollte, andererseits da mich die Themen "gesunder Schlaf" und "die Wirkung der Zirbe" sehr interessiert haben. Es war auch die Lust darauf, neue Wege in der Werbung zu versuchen.

HANNES

Für unsere Selbständigkeit haben wir harte Arbeit geleistet! Wir haben jahrelang Doppelberufe geführt und an den Wochenenden und im Urlaub für die Verwirklichung unseres Traumes gearbeitet. Uns war bewusst, dass wir unsere Kenntnisse und Fähigkeiten am Arbeitsmarkt zu gut verkaufen konnten, als dass wir uns einem zu großen Risiko aussetzen wollten. Zuerst haben wir in unsere Mitarbeiter investiert und in die Schaffung eines Büros. Wir wünschten, dass unser Unternehmen von Anfang an auf stabilen Beinen steht. Stabilität und wirtschaftliche Sicherheit gehen vor Gewinnen und eventuellen Umsatzsprüngen. Das heißt, wir haben ganz bewusst langsam und Schritt für Schritt eine solide und breite Basis geschaffen.

Aus beruflicher Sicht sind Sie drei grundverschieden und haben unterschiedliche Ausbildungen absolviert. Was ist das Besondere an dieser Konstellation? Und wie kam es zur Unternehmensgründung?

MARTIN

Gerade das ist unsere Stärke! Unsere Dreier-Kombination ist so wertvoll! Jedes Problem wird aus drei vollkommen unterschiedlichen Richtungen gesehen. Jede Planung, jeder Strategieansatz, wir beleuchten alles aus drei Winkeln. Statt uns zu behindern ergänzen wir uns. Bis jetzt haben wir immer die perfekte Lösung gefunden. Wir haben quasi eine dreifache Ausbildung, das ist ein riesengroßer Vorteil: Ich die Erfahrung in der Produktentwicklung und im Verkauf, Boris im grafischen Bereich, und Hannes ist ein Stratege und Zahlenmensch.

Diese Kombination ist Goldes wert. Wichtig ist, dass man sich immer wieder findet, was bis jetzt immer gut funktioniert hat.

Der Beginn war ein ganz vorsichtiger. Ich habe Hannes 2008 gebeten, mir zu helfen, ein Angebot für die Gründung eines Franchise-Unternehmens zu durchleuchten und einen Businessplan zu erstellen.

HANNES

Genau das war der Moment in dem mir klar geworden ist, dass Martin und ich auch unternehmerisch ähnlich denken. Von dem Zeitpunkt an haben wir begonnen zu philosophieren und Möglichkeiten gesucht, ein Unternehmen auf die Füße zu stellen. So sind wir langsam von kosmetischen über optische Produkte zu Möbeln gekommen. Der Umgang mit Holz hat uns beiden immer getaucht. Mein erster Berufswunsch war Tischler...

MARTIN

...und meiner Förster. Ich habe in Bruck an der Mur die Aufnahmeprüfung zum Forstwirt gemacht. Der Wunsch, diesen Beruf auszuüben war stark, aber die Ausbildungsstätte von zuhause so weit entfernt. Letztlich hat sich dann regional die Chance ergeben, Optiker zu lernen.

LaModula ist inzwischen vermutlich der größte Zirbenholz-Onlineshop der Welt. Die Produktion von bzw. der Handel mit Möbeln ist für Sie drei im Grunde etwas ganz Neues. Wie gehen Sie damit um?

HANNES

Das Spannende ist, dass die Branche für uns völlig neu ist. Wir haben einen vollkommen ungetrübten Blick auf den Möbel-Markt. Wir mussten erst lernen und verstehen, wie dieser Markt funktioniert. Eines hat sich jedoch wieder gezeigt: Eine klare Strategie und sauber erledigte Hausaufgaben sind auch hier der Schlüssel zum Erfolg.

MARTIN Bei mir ist es ganz klar: die Begeisterung an der selbstständigen Arbeit. Ich habe neue Aufgaben und neue Herausforderungen entdeckt, und ich lerne jeden Tag dazu. Wir gehen ohne Angst und Vorurteile mit einem ungetrübten Blick auf die Dinge zu. Es ist ein riesiger Vorteil, dass wir nicht glauben, alles zu wissen. Dieser Zugang birgt Visionen sowie Innovationen! Ein Beispiel: Wir waren völlig verwundert, dass Tischlereibetriebe davon ausgehen, dass über Holz ein Lack muss und dass in ein Möbelstück Schrauben gedreht werden. Das sehen wir anders! Der Weg, den wir gehen wollen, unterscheidet sich hier deutlich von der Norm. Die natürliche Behandlung des Holzes steht außer Frage, da darf keinesfalls Lack drüber. Und die Betten sind dank unseres Stecksystems wunderbar stabil, auch ohne Metall. Es ist unser Weg, den wir gehen wollen. Wir orientieren uns an den Wünschen unserer Kundinnen und Kunden und wollen gesunde Produkte verkaufen.

HANNES

Wir fragen uns bei der Produktentwicklung immer, was wir selbst in unsere eigenen Schlafzimmer stellen würden. Wie soll es aussehen? In welchem Shop würden wir kaufen? Wir sind selbst sehr kritische Konsumenten, und wir hinterfragen, was uns selbst gefallen würde. Auch das Experimentieren kommt nicht zu kurz! Was müssen wir tun, damit es dem Kunden gefällt? Manchmal gehen wir da auch etwas zu weit und müssen wieder zurückrudern, da wir es zu gut meinen. Aber prinzipiell genießen wir es, jederzeit die Möglichkeit zu haben, alles optimieren zu können.

MARTIN

Wenn wir etwas optimieren können, dann machen wir es auch. Wenn wir eine Kundenanregung hören wird diese sofort analysiert und in der Regel auch umgesetzt. Supergläubwürdigkeit ist unser Stichwort. Alles muss ehrlich und transparent sein.

BORIS

Vom Erfolg sind wir alle etwas überrascht worden. Von Anfang an war LaModula eine große Spielwiese für mich. Zur Abwechslung nicht für einen Kunden sondern für ein eigenes Projekt zu arbeiten. Ich konnte neue Werbekonzepte ausprobieren und unsere Produkte präsentieren, genau nach meinen Vorstellungen. Nun ist es eine wunderschöne Bestätigung wenn man erlebt wie diese Ideen und Konzepte zum Erfolg führen.

Sicherlich gab es auch schwierige Momente, gescheiterte Versuche oder geplatzte Träume. Welche Situationen waren das und wie nahmen Sie diese?

HANNES

Ja natürlich. Ich erinnere mich an eine prägende Sitzung, das war in der Phase vor Herbst 2013. Wir hatten schon mit recht gutem Erfolg gestartet und sind dann drauf gekommen, dass der Weg, den wir eingeschlagen hatten zwar erfolgreich, aber nicht optimal war. Damals haben wir alles in Frage und auf den Kopf gestellt. Wir hatten den Kunden zu wenig im Fokus unserer Gedanken. Es ging soweit, dass alles bleiben zu lassen auch eine wählbare Option war. Die Entscheidung fiel dann darauf, die Reset Taste zu drücken. Wir gingen quasi zurück an den Start, kappten unsere bisherigen Absatzkanäle, schärften unsere Strategie und starteten so richtig durch.

MARTIN

Wir wollten zu viel gleichzeitig und hatten uns verrannt. Wir verzettelten uns, wir wollten einfach alles. Dann ist Boris mit seiner Idee, einen professionellen Webshop zu programmieren, eingeschritten. Ab dem Zeitpunkt haben wir eine glasklare Entscheidung getroffen: Zu einer schlanken Struktur und zum Verkauf direkt an den Endkunden.

BORIS

Wir hatten damals viel Arbeit aber mäßig Erfüllung. Ich seh' es so, dass jeder Misserfolg eine Chance ist, von dem du lernen kannst. Es gibt keinen Fehler in meinem Leben, den ich bereue, weil Scheitern die beste Schule ist. Von Erfolg lernt man nicht viel. Konkret haben wir daraus gelernt, was beim Kunden gut ankommt und welche Marktstrategie heute gut funktioniert und welche nicht.

Wie schaffen Sie es, das Preis-Leistungsniveau so fair zu halten?

HANNES

In einer vergleichbaren Lieferkette ist ein Möbelhändler an der Stelle wo bei uns der Kunde ist. Wir überspringen quasi eine Wertschöpfungsstufe und fungieren wie ein Hybrid dazwischen. So können wir sehr attraktive Preise anbieten.

MARTIN

Der Anspruch an die höchste Qualität ist das Um und Auf. Wir kaufen das Holz selber ein. Und zwar über Holzhändler, wo wir auch wissen, woher das Holz kommt, mit dem kürzesten Weg zum Produzenten und auf direktem Weg zum Kunden. Wir lassen alles, was kompliziert ist, viel Geld kostet oder die Umwelt belastet, weg. So bauen wir eine glaubhafte Marke auf, mit konstant gelebten Werten. Superglaubwürdigkeit eben.

Offensichtlich war Ihr Bemühen, den besten Webshop aufzubauen, erfolgreich. Im März 2016 haben Sie den 1. Platz beim Top of Webshop Award der WKO gewonnen. Bewertungskriterien der international besetzten Jury: Design, Benutzerfreundlichkeit, Feedbackmöglichkeit, Service, Übersichtlichkeit, Verlässlichkeit, etc. War damit zu rechnen?

HANNES

Ganz klar nein! Unter den 45 Einreichungen waren richtige Größen dabei! Wir empfanden es als achtbaren Erfolg, überhaupt unter den Nominierten zu sein. Umso überraschter waren wir, als wir gewonnen haben. Sehr viele Leute sprachen uns darauf an und es gab ein großes Medienecho. Wir sind stolz darauf, dass unsere Arbeit der letzten Jahre in dieser Form gewürdigt wurde.

BORIS

Ehrlich gestanden sind wir ohne Erwartungen in den Bewerb gegangen. Wir wussten von unseren Kunden, dass der Webshop gelobt wurde. Wir haben auch viel Energie hineingelegt und verbessern ihn täglich. Ich habe erwartet, dass wir auf den vorderen Plätzen liegen, aber es gab starke Einreicher mit großen Budgets und in Anbetracht dessen haben wir uns keine realen Gewinn-Chancen ausgerechnet. Umso größer ist jetzt die Freude über den ersten Platz.

Wie kam es zum Firmennamen und warum dient eine Schildkröte als Maskottchen?

MARTIN

Parallel zur Produktentwicklung waren wir natürlich auch mit marketingtechnischen Überlegungen beschäftigt. Wir suchten nach einem Firmennamen, der wohlklingend, international aussagekräftig, wertebasiert und dennoch offen für eine breite Produktpalette war. Mehr als einmal beobachtete ich dabei im Garten unsere Schildkröte Muradi. Landschildkröten sind genügsame Tiere, die ein hohes Alter erreichen. Sie lösen keine Allergien aus, sind ungefährlich, leise, einfach, geradlinig und leben im Einklang mit der Natur. Welches Symbol würde sich wohl besser für die Gestaltung unserer Wort-Bildmarke eignen? Die Idee, eine Schildkröte als Markenzeichen zu verwenden, war geboren.

Auf welche Weise möchten Sie Ihren Kundinnen und Kunden helfen? Was möchten Sie mit LaModula bewirken? Welche Vision steht dahinter?

BORIS

In erster Linie möchten wir das anbieten, was unser Slogan aussagt: Der Kunde soll besser schlafen als er es vorher getan hat. Durch den besseren Schlaf lebt er auch gesünder. Wir möchten den Kundinnen und Kunden ein positives Einkaufserlebnis gönnen, freundliche Mitarbeiter als Kontakt, egal ob persönlich, per E-Mail oder am Telefon. Wir möchten, dass sie ein tolles Service bei Fragen aller Art bekommen oder einfach nur ein offenes Ohr. Der Umgang mit unseren Kunden ist offen und fair. Die Kunden sind meist sehr überrascht, dass sie im vermeintlich unpersönlichen Internet eine sehr persönliche Betreuung bekommen. Das zeigt auch das enorm positive Kunden-Feedback in diese Richtung.

HANNES

Wir wollen, dass sich der Kunde wohlfühlt: Wenn er in einen unserer Shops kommt oder wenn er uns online im Webshop besucht. Er soll sich mit uns und unseren Produkten wohl fühlen. Egal, ob er uns in der Zeitung sieht oder ob er unser Logo auf einem Zirbensackerl entdeckt. Fühlt sich der Kunde wohl, dann fühlen wir uns auch wohl. Wir möchten einen Mehrwert bieten.

Bei LaModula steht der Mensch und somit auch der/die MitarbeiterIn im Mittelpunkt. Warum sind für Sie Teambuilding, Mitarbeitermotivation, Respekt und ein ausgewogenes Miteinander so wichtig?

HANNES

Nur durch zufriedene Mitarbeiter erreicht man zufriedene Kunden. Wir möchten eine angenehme Arbeitsatmosphäre schaffen, wo sich jeder verwirklichen kann, eine Kultur leben, in der jeder seine Stärken ausbauen kann. Jede Mitarbeiterin bzw. jeder Mitarbeiter

wird dort eingesetzt, wo die jeweiligen Stärken liegen. Wir reiten nicht auf den Schwächen herum sondern fördern die individuellen Stärken.

MARTIN

Wir arbeiten ja auch hier im Betrieb und wollen uns wohl fühlen. Wenn wir miteinander gut umgehen profitieren wir alle davon. Wir wissen, wie Großkonzerne arbeiten und wollen es so nicht. Dies ist wichtig, denn so haben wir fast für jeden Bereich einen Spezialisten. Wenn Stärken und Talente gefördert werden, wirkt sich das höchst motivierend auf uns alle aus. Und bei Erfolgserlebnissen wächst man bekanntlich über sich hinaus.

BORIS

Es ist wichtig, dass es für alle eine Freude ist zu arbeiten! Es kommt auch bei mir selbst mehr Freude auf wenn ich in einem Team arbeite, in dem alle mit Spaß dabei sind.

„Traumhaft schlafen, natürlich wohnen.“ Warum erlebt die Zirbe gerade eine Renaissance und woher stammt das verwendete Zirbenholz?

HANNES

Meines Erachtens nach erleben momentan alle natürlichen Produkte eine Renaissance. Das Natürliche ist lange auf der Strecke geblieben. Die Menschen möchten immer mehr zum Ursprung zurückfinden. Das alte Wissen um die Zirbe tritt jetzt wieder in das Bewusstsein der Menschen.

BORIS

Wir alle sind im Alltag mit bedenklichen Materialien konfrontiert. Seit ein paar Jahren ist nun auch wissenschaftlich nachgewiesen, dass die Wirkung des Zirbenholzes kein Mythos ist. Rein durch die Verwendung von Zirbenholz kann ich soviel Gutes für meine Gesundheit tun. Es kostet keinen separaten Aufwand und es ist sehr einfach. Auch in den österreichischen Medien spiegelt sich das Thema. Die Presse stürzt sich seit der Veröffentlichung der "Zirbenstudie" auf die Zirbe und ihre positiven Auswirkungen auf die Gesundheit.

MARTIN

Wo kannst du dich besser erholen als in deinen Vier Wänden? Den ganzen Tag sind wir von chemischen Dingen umgeben. Zuhause im Schlafzimmer kann ich aber die ganze Chemie rausgeben und mir ein natürliches Umfeld schaffen. In einem Natur belassenen Holzbett, mit einem natürlichen Schlafsystem und feiner Bettwäsche bin ich morgens einfach viel erholt und entspannter. Das Bewusstsein der Naturverbundenheit wird bei den Menschen immer stärker. Beim Holz sind wir mehr als kompromisslos! Topqualität, Holz aus Österreich, handselektiert. Unser Holzlieferant ist nur 90 Kilometer von unserem Firmensitz entfernt.

Gibt es nur Zirbenholz-Möbel oder liefern Sie auch andere Holzarten?

MARTIN

Auch die Eiche erfährt gerade eine Renaissance. Wir haben hier den gleichen Weg eingeschlagen und sie ins Programm aufgenommen. Diese Holzart wird mit natürlichen Ölen und Wachsen behandelt. Die Betten sind selbstverständlich metallfrei und auf Basis des Natürlichen hergestellt.

Zum Megatrend Nachhaltigkeit: Wie stehen Sie zum Slogan „Zurück zur Natur“ und worauf legen Sie ganz privat Wert?

BORIS

Für mich privat ist Nachhaltigkeit ein großes Thema. Ich möchte meiner Umwelt als Vorbild

vorausgehen. Deshalb haben wir zuhause eine Solar- und Pelletsheizung eingebaut. Mülltrennung und Umweltschutz, das alles sind Themen, die schon lang zu meinem Alltag gehören.

HANNES

„Zurück zur Natur“ ist ein Slogan, der jeden Bereich des Lebens betrifft, auch die Form des Denkens und des Miteinanders. Es gibt wenige Dinge im Leben die wirklich austauschbar sind. In den 70er und 80er Jahren wurde technisch aus allem das Maximum herausgeholt. Produkte, die unendlich lange halten sollten wurden erzeugt, zum Beispiel Möbeloberflächen aus Kunststoff. Heute wird die Technik zum Diener und wir fördern das nachhaltige und das gesunde Bestehen von Dingen.

Privat lege ich auf ein natürliches Umfeld wert. Dass man sich in seinem eigenen Zuhause erholen kann und nicht zusätzlichen Belastungen ausgesetzt ist, und dass die Kinder einen achtsamen und vernünftigen Umgang mit den Ressourcen der Natur lernen, das ist mir wichtig. Ich versuche mir immer wieder vor Augen zu halten, dass nichts unendlich ist.

MARTIN

Privat ist mir wichtig, dass sich mein Nachwuchs Gedanken darüber macht, dass nicht alles zum Wegwerfen ist, dass Produkte einen Wert besitzen. Dass man sich überlegt, was und wo man kauft und woher die Produkte stammen. Selber gehe ich immer bewusster mit dem Thema Umwelt um.