

Unverdorbene Pädagogen

Autorin: Bettina Dornberg

Fast keine Werbung: Das Vertriebsgeheimnis bei audiotranskription.de liegt in der Fülle von bereitgestellten Informationen, Transparenz und kostenlosen Downloads mit effektivem Nutzen.

Keine Mission und Vision, kein Leitbild und Unternehmensporträt sind zu finden, wenn man die Website des Onlineshops audiotranskription.de besucht, aber jede Menge Informationen, Testberichte und kostenfreie Downloads. Als die beiden „Ratgeber für digitale Aufnahme und Transkription“ Dr. Thorsten Dresing und Thorsten Pehl im Mai 2005 ihre Firma gründen und sich beim Hessischen Gründerpreis bewerben, gibt's weder Businessplan, noch Marketing- und Marktanalyse, dafür aber „die Überzeugung, dass es klappt“.

Bei audiotranskription.de der Dr. Dresing & Pehl GmbH in Marburg scheinen Image und Identität identisch zu sein: ausgezeichnet mit dem Goldsiegel der unabhängigen Kundenbewertungsplattform, der Feedback Company Ekomi. 5,00 von 5,00 Punkten bei Trusted Shops und Sieger des Hessischen Gründerpreises 2009 in der Kategorie „Intelligente Geschäftsidee“. Nicht zuletzt auf der größten Suchmaschinenkonferenz SEMSEO 2011 als Best-Practice-Beispiel für gelungene Onlineshops gewürdigt. Auch wenn das Wachstum nach Raten von 40 bis 100 bis 70 Prozent zurzeit bei „null“ liege, verzeichnet audiotranskription.de einen „siebenstelligen

Jahresumsatz“ – mit einem Team von sechs Vollzeit- und je nach Projekt- und Auftragslage weiteren Teilzeitkräften sowie mit über 40 freien Mitarbeitern im Schreibdienst.

Was ist so interessant am Onlineshop der unter 40-jährigen Thorstens, dass 60 000 Besucher monatlich bei audiotranskription.de vorbeischauen? „Es sind sogar 100 000 bis 120 000 Besuche. Das heißt, jeder Besucher kommt im Schnitt zweimal pro Monat auf die Seite“, präzisiert Dresing.

Thorsten Pehl und Thorsten Dresing verkaufen digitale Aufnahme- und Diktiergeräte, Fußschalter und Zubehör. Insgesamt 56 Produkte. Und sie betreiben einen Schreibdienst. Der Löwenanteil des Umsatzes wird mit den Rekordern bestritten, gefolgt von den Fußschaltern und dem Transkriptionsservice. Das beschreibt bis jetzt nur das Was, aber noch lange nicht das Wie ... Das Geschäftsführerduo ist eigentlich ein Pädagogenpaar – nach wie vor. Auf die Frage, wie denn die Metamorphose eines Diplompädagogen und eines Dr. der Erziehungswissenschaften zu Unternehmern gelungen sei, antworten sie lachend und einstimmig: „Gar nicht.“ Ihr Selbstverständnis sei das eines „guten Pädagogen“. „Ich mache

genau das, wofür ich ausgebildet wurde: nämlich Leuten etwas vermitteln, etwas beibringen“, sagt Pehl und Dresing ergänzt: „Wir sind Mittler zwischen den technischen Datenblättern und der Anwendung.“ Sie machen diese Vermittlertätigkeit mit „Forscherhabitus und einer irrsinnigen Freude“ unternehmerisch gut.

Denn bei audiotranskription.de gibt es nicht nur Aufnahme- und Diktiergeräte, übrigens zwei Produktlinien mit himmelweiter Differenz in Anspruch an Funktionalität, Qualität und Leistung, was sie klar definieren und was sie von ihren Mitbewerbern unterscheidet. Sie testen alle Geräte, die sie verkaufen, selbst. Sie veröffentlichen seitenlange Testberichte, offenbaren dezidiert, „was beim Ohr ankommt und rauskommt“. Sie legen Wert darauf – das ist ihre „pädagogische Mission, die wir beide ja noch haben“ –, alles „möglichst anschaulich zu erklären“. Sie erläutern ihre Ergebnisse zusätzlich per Videotutorials und stellen Hörproben ins Netz. Der Kunde kann den forschenden Unternehmern trauen, aber eben auch „seinem eigenen Urteil“, sagt Pehl. Die Kunden schätzten das sinnliche Erlebnis und wünschten „eben keine Frequenzkurven oder physikalischen Werte“.

Und was prädestiniert sie als Experten bei den Tests? „Wir sind Forscher“, betont Thorsten Dresing erneut, und er führt aus: „Wenn wir einen Test durchführen, muss es eine vergleichbare Situation sein, das heißt, wir legen die Rekorder beim Interview gleichzei-



Pädagogenduo als Unternehmerpaar: Thorsten Pehl (l.) und Dr. Thorsten Dresing bieten seit sieben Jahren erfolgreich in ihrer Nische als Ratgeber Lösungen für digitale Aufnahme und Transkription an.

tig auf den Tisch. Wir müssen genau beschreiben können, was wir da tun und wie wir zu unseren Ergebnissen kommen. Darüber schreiben wir. Das Schreiben muss verständlich, das Datenmaterial muss verfügbar sein.“ Kurz: Sie übertragen ihren wissenschaftlichen Anspruch auf ihr Unternehmen und die Testsituation, sodass sie jederzeit ein „empirisch überprüfbares Setting, was nachvollziehbar ist“, kreieren.

Es muss genau diese werbefreie Forscherhaltung sein, die von den mehr als 25 000 Kunden belohnt wird. Aber damit

ihrer Website. Das heißt, es gab zwar Mitbewerber mit Fußschaltern zum Abtippen digitaler Interviews – aber zum unerschwinglichen Preis für die Zielgruppe der Studierenden von über 300 Euro und ohne Anbindung einer funktionstüchtigen Transkriptionssoftware. Ihr immerwährend gelber USB-Fußschalter – geradezu zum Markenzeichen für audiotranskription.de avanciert – kostete bei Markteinführung vor sieben Jahren mit 89 Euro weniger als ein Drittel. Für Mac gab es überhaupt keinen: „Bei Philips nicht,

F5 für Mac ist für jeden, ob Kunde oder nicht, kostenfrei downloadbar. Das Kuriose: Sie ist so anwenderfreundlich programmiert, dass sie problemlos ohne Fußschalter funktioniert – und trotzdem wird er gekauft. Das kostenlose Programm fürs Abtippen von Interviews, Diktaten und Videodokumenten wurde bereits 325 000-mal heruntergeladen, derzeit „15 000-mal von 7 000 bis 10 000 Personen im Monat“. Darüber hinaus sind sie angebunden an die „marktführende Analysesoftware MAXQDA“ zur Interviewauswertung,

»Wir gucken bei unseren Produkten nicht auf die Marge, sondern auf das, was am besten passt.«

Thorsten Dresing, Geschäftsführer

ist immer noch nicht alles erzählt, was audiotranskription.de so erfolgreich macht. Der Schlüssel lag und liegt in der Nische, die sie bis heute alleine besetzen. Und im Vertrieb wie im Marketing, oder eben im „Nichtmarketing, je nachdem, wie weit man den Begriff Marketing fasst“, da sind sich die beiden einig und überlassen diese Definition gern lächelnd anderen.

„Der Fußschalter war’s“: Fakt ist, dass Dresing und Pehl die Ersten waren, die überhaupt programmierbare Fußschalter für digitale Transkription entwickeln ließen und das mit einer Software kombinierten – nachzulesen wie ein Märchen im Gründungstagebuch auf

bei Grundig nicht, bei Olympus nicht, aber unsere Fußschalterlösung war es, die funktionierte.“ Sicher nicht der einzige Grund für die Zeitschrift „Mac Life“, ihre Produkte 2007 und 2010 zu testen und ausdrücklich zu empfehlen. Laut GfK gehört audiotranskription.de heute zu den „marktführenden Anbietern für Transkriptionslösungen. Entweder ist Olympus Marktführer oder wir. Wir fühlen uns jedenfalls als Marktführer“, sagt Dresing, lacht und fügt an: „Außerdem haben wir mit Abstand die günstigsten Angebote“ – mit ihren Unbranded Produkten.

Der besondere Vertriebsclou: Die Transkriptionssoftware F4 für Windows und

„eine Nische, die eigentlich uneinholbar ist“, sagt Dresing, der seit Jahren flankierende Workshops anbietet.

Er erinnert sich gern an den unternehmerischen Durchbruch, als sie als Experten auf dem Gebiet von Transkriptionslösungen im Juli 2005 zum „Berliner Methodentreffen, dem größten Treffen mit rund 450 qualitativen Forschern“, eingeladen wurden: „Nur uns war erlaubt, einen Stand zu machen.“ „Was heißt hier Stand?“, unterbricht ihn Pehl: „Wir hatten ein Plakat, Laptop, Fußschalter mit Transkriptionssoftware und einen runden Tisch dabei.“ Da fällt ihm wiederum Geschäftspartner Dre-



Trusted Onlineshop: Mit kostenfreien Downloads, jeder Menge Testberichten, Videotutorials und Hörproben bei gleichzeitigem Verzicht auf werberische Sprache – so wird bei audiotranskription.de Vertrauen geschaffen.

sing ins Wort: „Es bildeten sich Trauben von Menschen um uns. Wir hatten Gänsehaut. Wir waren so elektrisiert und haben uns als die Könige der Welt gefühlt. Das war unfassbar schön. Das war wie im schönsten Verliebtsein, weil wirklich alle sagten: ‚Das brauchen wir. Das wollen wir.‘ Und wie das so ist in langjährigen Beziehungen: Es vertieft sich, aber es wird weniger ekstatisch, sodass wir jetzt auf den Jahrestreffen gute Partner sind für diese Klientel.“

Längst hat audiotranskription.de weit mehr als der Wissenschaft verbundene Kunden. Den Fußschalter nutzen Ärzte zur Bedienung von Ultraschallgeräten und Sicherheitsfirmen zum Auslösen eines Alarms. Mit der Transkriptionssoftware hat sich die eine oder andere Sekretärin selbstständig gemacht und sucht auch schon mal Kongresse oder die Büroräume des charmanten Backsteinhäuschens im Hinterhof an der Marburger Deutschhausstraße auf, um sich persönlich zu bedanken. Überhaupt: Wer sich als guter, pädagogisch ambitionierter Unternehmer versteht, nimmt Fragen, die an ihn gerichtet werden, ernst: „So ist jede Frage, die auf uns zukam, zu einer Lösung auf unserer Website geworden“, erklärt Dresing und Pehl ergänzt: „So wuchs unsere einseitige Internetseite zum vielseitigen Portal.“ Ob Themen rund um unkomplizierte, direkte Aufnahmemöglichkeiten beim Telefoninterview per Skype oder Festnetztelefon – immer wieder stoßen die beiden auf Marktlücken und stattdessen beispielsweise

kollektiv Zeitungsredaktionen mit ihren spottgünstigen Adapters aus. Die Geschäftsführer können und wollen auf Werbung weitgehend verzichten. Nur Adwords bei Google – keine Zeitungswerbung, keine Flyer. „Eine Zeit lang haben wir an Bestandskunden Briefe verschickt, aber das hat nie Wirkung gehabt“, sagt Dresing und Pehl widerspricht: „Kunden bestellen immer wieder aufgrund eines Flyers von anno duckmich, rufen bei uns an und möchten ein bestimmtes Gerät bestellen, und wir sagen: Das gibt es ja schon Jahre nicht mehr!“

Also keine Kaltakquise, kein Blog, kein Facebook, kein Twitter – „no way“: „Das ist nicht unser Weg. Ich weiß nicht, ob wir damit auf dem Holzweg sind“, fragt sich Dresing und Pehl antwortet: „Nein, sind wir nicht. Es ist einfach nicht unsere Art zu kommunizieren“, und Dresing ergänzt sekundenschnell überzeugt: „Wir wollen nachhaltig und persönlich erreichbar sein.“ Analog zu ihrem businessplanlosen und marktanalysefreiennStart ist ihre Vision

Praxistipp

- Eigene, multimedial aufbereitete und nachprüfbar Testberichte fördern die Attraktivität von Produktangeboten und Homepage.
- Kostenlose Downloads, die Nutzen stiften, sind ein wirksames Marketinginstrument.

ohne „Meilenstein XY auf Pfad Z. Diese Frage wird meist von Externen an uns herangetragen“, merkt Pehl an, „aber wir wollen weiterhin so agil bleiben, wie wir sind. Wir haben keinen Fünfjahresplan, sondern gucken stets aus dem Bauch heraus, wo spannende Themen sind, die wir beackern wollen.“ „Vor fünf Jahren hätten wir gesagt: Weltherrschaft“, merkt Dresing humorvoll an, „aber jetzt nicht mehr.“ Sie seien realistischer und legten Wert auf Bestandssicherung, ein „tolles Team“ und „Spaß an der Arbeit“.

Mit dem gewachsenen Team und damit einer selbstverpflichtenden Personalverantwortung haben Pehl und Dresing den „großen Wechsel“ beschlossen: Ab Frühjahr wird es neben der kostenfreien eine kostenpflichtige Transkriptionssoftware geben – zu erschwinglichen elf Euro. „Nach sieben Jahren ein Riesenschritt, aber wir haben eben nicht nur unsere Mission, sondern auch die Verantwortung für unsere Mitarbeiter“, erläutert Pehl. Nichtsdestotrotz „gucken wir bei unseren Produkten nicht auf die Marge, sondern auf das, was am besten passt“, sagt Dresing und erzählt: „Na da ruft halt oft jemand an und will ein teures Diktiergerät kaufen. Und wir sagen: Das ist totaler Blödsinn. Kauf lieber das billigere.“ Vertriebsleiter von Mitbewerberfirmen, denen sie davon erzählen, schlugen nicht selten die Hände über den Kopf: „Ihr seid da so unverdorben, und das unterscheidet euch von allen anderen Geschäftspartnern, die wir ansonsten haben.“

