



Fotos: Signal Reklame

Teamleistung | Wie hier in der Zentrale ist jeder Auftrag das Werk vieler fleißiger und sachkundiger Hände. Jedes Unikat ist damit auch ein Teamerfolg

In zwanzig Jahren vom Spleen zum etablierten Flottenprofi

Signal Reklame | Der Fahrzeugindividualist aus Schwäbisch Hall feiert am 1. März sein zwanzigjähriges Bestehen. Gründer und Geschäftsführer Markus Schäffler lebt diese Leidenschaft weiterhin vor und hat noch manchen Pfeil im Köcher.

— Dass Farben Freude machen, spürt man bei jedem Treffen mit Markus Schäffler. Der Gründer des Folierunternehmens Signal Reklame ist mit Leidenschaft Unternehmer und Auto-Künstler in einem. Am 1. März 1998 – also vor 20 Jahren – kamen diese beide großen Leidenschaften zusammen und im Beisein des Wirtschaftsministers aus Baden-Württemberg Walter Döring startete das Unternehmen in Schwäbisch Hall, das heute mit 75 Mitarbeitern jährlich rund 25.000 Flottenfahrzeuge individualisiert.

Gut zehn Jahre zuvor konnten bereits die Autohändler in der Nähe die Dienste von „Graffiti Dekore“ buchen. Als damals 16-Jähriger düste Schäffler nach der Schule mit dem Roller zu den Händlern, um die dortigen Fahrzeuge mit Dekorstreifen zu verschönern, erinnert er sich.

Werbung | Aus Leidenschaft wird Geschäft und dieses wandelt sich zur Jahrtausendwende gründlich: Neben den Autoblechen kommen Werbeartikel und der Bereich Außenwerbung dazu, so dass man den Sig-

nal-Reklame-Transporter nun auch auf den Messeständen von Volkswagen (IAA) sieht. Den ersten mobilen Großauftrag steuert die Blitzmarke Opel ein. 2001 werden ganze 2.000 Vivaro-Transporter aufwendig foliert. Dieser Job bringt nicht nur Prestige (2. Platz beim World Wide Design Award), sondern es wächst auch die Einsicht, dass die Kapazitäten vergrößert werden müssen. Man zieht also 2004 in den „Solpark“ – außerhalb von Schwäbisch Hall.

Enge Bindungen | Hier, in der prosperierenden Region nordöstlich von Stuttgart, trifft man vor allem die erste Riege der Ausbauer und Schraubenhändler wieder. Schäffler selbst begann 1993 eine Ausbildung beim Weltmarkt-Player Würth und stieg bis zum Assistenten der Geschäftsleitung auf.

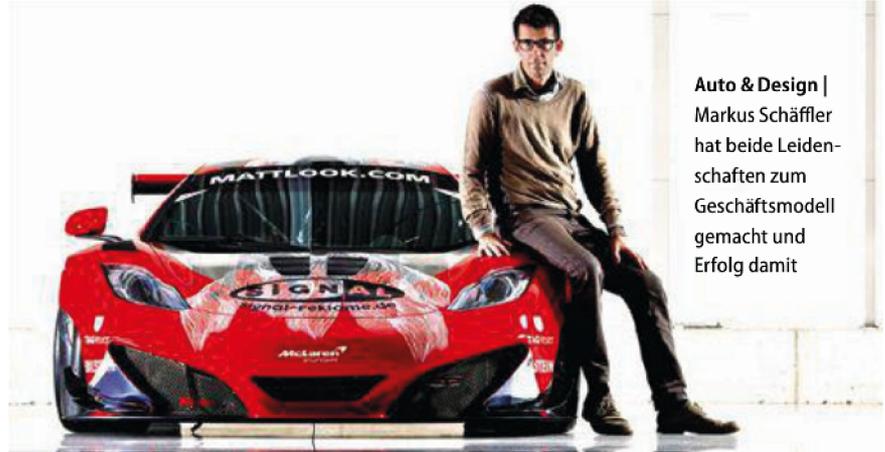
Auch nach dem Schritt in die Selbstständigkeit bleiben die Bande zum benachbarten Schrauben-Imperium – nur 30 Fahrminuten trennen Schwäbisch Hall und die Würth-Zentrale in Künzelsau – eng. Der erste Kunde, der die ganze Werbepalette von Signal Reklame nutzt, wird 2006 der Ausbauer Bott, dessen Zentrale auch in der direkten Nachbarschaft (Gaildorf) liegt. Im gleichen Jahr werden die Schwaben Teil des Fußball-Sommernmärchens, indem man den WM-Sponsor Hyundai unterstützt.



Wurzeln | Der heutige Standort in Schwäbisch Hall ist die Basis für weiteres Wachstum der Schwaben

Im Folgejahr wird die GmbH gegründet, die sich gleich an einem bundesweiten Auftrag von Würth beweisen kann. Peu à peu wächst mit den Aufträgen der Personalstand, so dass 2008 der nächste Umzug ansteht. Man bezieht das heutige Hauptquartier mit seinen 3.750 Quadratmetern Fläche vor den Toren von Schwäbisch Hall. Hier gibt es auch Platz für einen neuen Trend im Auto-Design – die Mattfolierung. Seit 2009 wirbt man mit der eigenen Internetseite (mattlook.com) für den Look, der unter anderem von Porsche oder McLaren zur Schau gestellt wird.

Flottenkunden | Neben den Individualisten werden immer öfter Flottenbetreiber beim Dienstleister vorstellig. Die dezentrale Montage mit vielen eigenen Standorten wird für die einheitliche Beschriftung der jeweiligen Flotte in ganz Deutschland genutzt. Vor allem Konzernen wie Thyssen-Krupp, Wisag, Flixbis und Baywa kommt dies entgegen, sodass diese auch zum Wachstum im Fuhrparkgeschäft wesentlich beitragen. So ist es nur konsequent, dass man 2013 zum



Auto & Design | Markus Schäffler hat beide Leidenschaften zum Geschäftsmodell gemacht und Erfolg damit

ersten eigenen Flottentag nach Schwäbisch Hall einlädt – und dies seither jährlich wiederholt. Dass es Schäffler nicht an Mut mangelt, zeigt das kurze Abenteuer in Südafrika. Nach knapp zwei Jahren endet bereits das Engagement. Was bleibt, sind die Erfahrungen, die unstillbare Freude am Handwerk des Folierens und dem Testen weiterer aus-

gefallener Auto-Looks. Wohin es dieses Paket Signal Reklame noch bringen wird, ist auch für Schäffler offen. Aber er freut sich auf die nächsten Dekaden an der Spitze eines nicht alltäglichen Fuhrparkdienstleisters, der aus einem jugendlichen Spleen entstand und – nun mit zwanzig – zum etablierten Mittelständler herangewachsen ist. |rs

Anzeige

Autoflotte

Fit für den Fuhrpark

Ausgabe 03 | 2018