

Socken, Knöpfe, Einstecktuch – bei Vertriebsprofi Ralf Dümmel passt alles



FERNSEHEN

## VERKAUFEN, WAS KEINER BRAUCHT

Ralf Dümmel kann alles vermarkten. Wie niemand zuvor nutzt er nun die TV-Show „Höhle der Löwen“ als Werbeplattform

Seinen ersten großen Deal machte Ralf Dümmel, da war er gerade 15. Mit Ach und Krach hatte er die Hauptschule geschafft. Nun wollte er losziehen, Sachen verkaufen, Geld verdienen. Am liebsten beim größten Möbelhaus seiner Heimatstadt Bad Segeberg. Das Vorstellungsgespräch lief super, quasseln konnte er schon immer, doch leider wollten sie bei Möbel Kraft nur Realschüler einstellen. Da fing er zu feilschen an: „Ich mach den Abschluss, wenn Sie mir jetzt eine Lehrstelle versprechen.“ Der Chef stimmte zu.

Mittlerweile ist Dümmel sein eigener Boss (und einen Realschulabschluss hat er auch). Mit seiner Firma DS Produkte macht er nahezu täglich Millionen-Deals, als Jury-Mitglied des Start-up-Spektakels „Höhle der Löwen“ beim TV-Sender Vox seit Neuestem sogar vor laufender Kamera.

Ralf Dümmel empfängt bei 32 Grad im Schatten im dunklen Dreiteiler. Rote Socken, rotes Einstecktuch – sogar die

Saumnähte der Knopflöcher von Hemd und Sakko sind in Rot gefasst. Allein die roségoldene Hublot am Handgelenk passt nicht ganz dazu. Von der Firmengarage geht es mit dem Aufzug direkt in den Showroom seines Unternehmens. Stolz zeigt der 49-Jährige, was er zu bieten hat.

Von Silke Gronwald

Es sind Sachen, die kein Mensch zum Leben braucht, die aber trotzdem sehr begehrt sind. Beleuchtungen für Regentinnen etwa, Mikrowellen-Röhreikocher oder Bauchweg-Schlüpfer von Verona Pooth; insgesamt mehr als 4000 Artikel. Die meisten importiert Dümmel aus Fernost und verkauft sie dann hier über die Aktionstheken der Kaufhäuser oder die Shoppingkanäle. 250 Millionen Euro Umsatz macht er im Jahr.

Mit dem Auftritt in „Höhle der Löwen“ werden wohl ein paar Millionen dazukommen. Denn mehr noch als für seine vier Mitjuroren ist die Show für Dümmel vor allem eine gigantische Werbeplattform. Was er investiert, holt er sich mit



Typisches Dümmel-Ding: der Bügel-Clou

Zinseszins zurück – noch bevor die aktuelle Staffel vollständig ausgestrahlt ist.

Schon mit der Auftaktssendung in der vergangenen Woche zeigte er, wie geschickt er die Show für sich nutzen kann. Zur besten Sendezeit präsentierte ein Gründer den gut 2,6 Millionen Zuschauern seine Erfindung, den „Bügel-Clou“, der das Glätten von Hemdärmeln erleichtern soll. Von einem „brillanten Produkt“ schwärmten die Juroren. Dümmel stieg ein und bekam für 120 000 Euro eine 25,1-Prozent-Beteiligung an dem Start-up.

Im richtigen Wirtschaftsleben hätte nun die langwierige Aufbauarbeit begonnen. Hier ging alles rasend schnell. Zwischen Aufzeichnung und Ausstrahlung der Show waren mehrere Wochen verstrichen. Zeit genug für Dümmel, den kompletten Marketing-Feldzug zu planen. Und so lief schon zehn Minuten nach Sendeschluss die Verkaufsmaschine auf vollen Touren.

Der Bügel-Clou war über diverse Shoppingkanäle in Fernsehen und Internet zu haben. Mit dem Shoppingsender Channel 21 hatte Dümmel unter dem Titel „Deals aus der ‚Höhle der Löwen‘“ eigens ein Begleitformat zur Vox-Show entwickelt. Dort werden genau die Produkte angepriesen, in die er investiert. Ein Selbstläufer.

Auch bei Karstadt lagen die Werbeprospekte fertig gedruckt parat: „Bügel-Clou für 9,99 Euro“. Stunden nach der Ausstrahlung hatten die Deutschen die Werbung im Briefkasten. „Die Karstadt-Mitarbeiter dekorieren jeden Mittwochmorgen nur noch die Schaufenster mit den neuen Produkten, was sie sehr liebevoll tun“, sagt Dümmel. Am Samstag lief dann die Offensive beim Discounter Netto an, der Werbeprospekte mit einer Auflage von 28 Millionen druckt. „Sie werden es nicht schaffen, an den von mir finanzierten Produkten vorbeizukommen“, sagt Dümmel, „es sei denn, Sie gehen nicht mehr vor die Tür und lassen Fernseher und Internet aus.“ Schon wenige Tage nach der Präsentation des Bügel-Clous bei Vox hatte der Vertriebsprofi 300 000 Stück verkauft.

So wird das Sendung für Sendung munter weitergehen. Am Dienstag investierte er in die „Abfluss-Fee“, die Waschbecken vor dem Verstopfen bewahrt. „Das Ding“, sagt Dümmel, „wird ein Mega-Deal.“ ✦