

# „Wir fürchten uns nicht“

Das gibt's Neues. Mann mit Mut: Bull Dog Simon Duffy macht Cremes und legt sich mit den Kosmetikmultis an

VON SANDRA BAIERL

„Männer sind auf diesem Gebiet Anfänger“, sagt Simon Duffy. Sie verwenden, anders als Frauen, kaum Hautpflegeprodukte. Nur etwa 20 Prozent besitzen regelmäßig eine Feuchtigkeitcreme.

Als der Brite Simon Duffy vor ein paar Jahren mit seiner Freundin in einen Ökoladen in Manhattan ging, steuerte sie direkt auf die Kosmetikabteilung zu. Dort gab es eine große Auswahl an Kosmetikprodukten. Alle für Frauen, aber kein Angebot für Männer. Eine Marktlücke.

Simon Duffy und sein Freund Rhodri Ferrier begannen zu recherchieren. Täglich vor der Arbeit trafen die beiden Briten um sechs Uhr morgens zusammen, telefonierten, analysierten, sprachen mit Branchenkennern. Nach und nach entwickelten sie einen Businessplan: Kosmetikprodukte, ausschließlich für Männer, mit natürlichen Inhaltsstoffen, ohne Tierversuche. Name: Bull Dog – Man's best friend.

Ein halbes Jahr später kündigten die beiden ihre Jobs. Simon Duffy arbeitete bis dahin bei der Werbeagentur Saatchi&Saatchi, Rhodri Ferrier war in der Finanzbranche tätig. Sie übersiedelten nach Großbritannien und stürzten sich mit ihrem gesamten Ersparnis, 37.000 Pfund, in das Abenteuer Selbstständigkeit. Heute, sieben Jahre später, wird die Männerkosmetikmarke Bull Dog in 13 Ländern und insgesamt 14.000 Geschäften verkauft. In Österreich ist sie seit Kurzem bei dm und Bipa erhältlich.

## Gegen die Großen

Dazwischen lagen lange Tage und viel Arbeit. Duffy und Ferrier sammelten 1,2 Millionen Pfund (1,5 Mio. Euro) von Investoren ein, schafften das Listing in 350 Sainsbury's-Filialen, eine der größten Supermarktketten Großbritanniens, entwickelten Produkte und Verpackung, fanden eine Produktionsstätte im Norden Englands und brachten Feuchtigkeitcreme, Peeling, Rasiergel und After Shave Balsam in die Verkaufregale. Und das alles in einer Branche, die



Auf einen 2-Stunden-Termin in Wien: Bull-Dog-Gründer Simon Duffy beim KURIER-Interview im lässigen Ledermöbel-Geschäft Baxter

von wenigen großen Multis dominiert wird. „Unsere Konkurrenten sind L'Oréal und Nivea – für diese Konzerne, die derzeit noch 80 bis 85 Prozent des Männerkosmetikmarkts dominieren, wollen wir bald eine echte Konkurrenz sein“, sagt Duffy. Der Mann hat viel Selbstbewusstsein, weiß aber auch, dass die großen Konzerne übermächtig sind. „Sie haben riesige Marketingbudgets, machen viel Druck auf den Handel. Aber wir haben uns nie gefürchtet und tun es auch weiterhin nicht. Wir glauben, eine der größten Kosmetikmarken für Männer in der Welt werden zu können.“ Weshalb sie den Fokus auch nie verlieren wollen: „Wir werden niemals Kosmetik für Frauen oder Babys machen.“ – Der größte Unterschied zu den Konzernmultis. Allein in diesem Jahr liegt der Umsatz von Bull Dog in Großbritannien bei sechs Millionen Pfund, eine Verdoppelung zum Vorjahr. In den nächsten Jahren will man die Zahl nochmals verdreifachen.

Besonders schwierig sei das zeitliche Zusammenspiel gewesen. „Mit dem Businessplan und einer Präsentation haben wir potenzielle Geldgeber abgeklappert. Es war nicht einfach, Termine zu kriegen. Und die Antwort war immer: Wenn ihr die 1,2 Millionen zusammenkriegt, bin ich dabei“, sagt Duffy. Es habe sich gezeigt, dass die letztlich 18 Investoren nicht allein sein wollten. Dass die beiden es geschafft haben, in Supermärkte zu kommen, verdanken sie ihren Kontakten. „Wir wollten nie klein starten, wir wollten von Beginn an groß sein. Über Freunde von Freunden und unzählige Meetings haben wir das geschafft“, erklärt er.

Trotz des Erfolgs ist jeden Tag eine gewisse Unsicherheit da. „Man hofft ständig, dass nichts passiert“, sagt Duffy. Ihr Unternehmen unterscheidet sich grundlegend von anderen Start-ups: „Unser Blick war nie allein nur auf Marktanteile und Wachstum gerichtet, wir wollten Gewinne machen.“ Den ersten Gewinn verbuchte Bull Dog im vierten Jahr nach der Gründung, ein Jahr später als im Businessplan vorgesehen.

## Was jeder Entrepreneur wissen muss

5 Tipps. Simon Duffy rät zu hundert Seiten Businessplan und guter Beratung

- 1 Der Businessplan ist entscheidend. Ich glaube, dass ein guter Businessplan nicht kurz und knapp, sondern sehr umfassend ist und eine fundierte Recherche liefert. Unser Businessplan hatte über hundert Seiten, mit allen Details zu Produkt, Branche und Markt.
- 2 Geld von Investoren kriegt man, indem man Vertrauen aufbaut. Geldgeberschauen mehr auf die Menschen als auf die Idee. Wichtig ist, professionell, ruhig und vor allem selbstbewusst aufzutreten. Selbstbewusstsein ist überhaupt der

Schlüssel. Wir waren und sind zu hundert Prozent von unseren Produkten überzeugt.

3 Bei großen Entscheidungen sollte man auf sein Gefühl vertrauen. Ich habe gelernt, dass einem der Bauch sehr gute Signale gibt. Manchmal habe ich gegen mein Bauchgefühl entschieden – das war immer schlecht.

4 Das Netzwerk ist alles. Bei jedem großen Schritt muss man wissen, zu wem man geht, mit wem man spricht und wo die Kontakte lie-

gen, die einem weiterhelfen. Man ist nicht selbst Experte auf allen Gebieten, aber da draußen gibt es immer jemanden, der gut beraten kann. Dabei sollte man auch an die Investoren denken: Sie geben nicht nur Geld sondern können auch viel Know-how liefern.

5 Mach's nicht allein. Ich glaube, dass es gemeinsam und im Team viel leichter geht. Der Geschäftspartner sollte meiner Meinung nach ganz anders sein als man selbst. Dann kann man sich die Arbeit gut aufteilen.

## 7 FRAGEN

## AN TATORTREINIGERIN ROSALIA ZELENKA



1 **Wie wird man Tatortreinigerin?**  
Indem man eine Ausbildung zum Gebäudereiniger und -desinfektor macht. Dabei lernt man auch vieles über Mikrobiologie, was bei diesem Job sehr wichtig ist. Bei den meisten Einsätzen hat man mit gefährlichen Bakterien zu tun – damit muss man sich auskennen. Die Arbeit ist sehr anspruchsvoll, man muss genau wissen, wie man etwas reinigt.

2 **Wer bucht Sie?**  
Hauptsächlich werde ich von Privatpersonen gebucht. Weiters von anderen Reinigungs- und Sanierungsfirmen und Gemeinden. Auch müssen Privatpersonen die Kosten selbst übernehmen, weil es bisher noch nicht zu den Versicherungen durchgedrungen

ist, dass man die Menschen auch für solche Aufwendungen versichern könnte.

3 **Können Sie sich noch an Ihren ersten Tatort erinnern?**  
Ja, das war der Leichenfund eines Mannes. Er lag schon über eine Woche in seiner Wohnung, überall waren Käfer und anderes Ungeziefer. Noch dazu war der Mann Messie, was noch erschwerend dazukam.

4 **Wie läuft die Reinigung eines Tatortes ab?**  
Das ist von Fall zu Fall unterschiedlich. Jeder Raum, jede Schussverletzung ist anders. Grundsätzlich werden zuerst grobe Verunreinigungen entfernt, Oberflächen gereinigt und anschließend desinfiziert. Manchmal müssen Wände teil-

weise geschliffen werden, weil sich Substanzen in sie hineingesogen haben. Wenn sich Flüssigkeiten wie Blut in die Bodenbeläge fressen, müssen diese manchmal komplett rausgerissen werden.

5 **Wie finden Ihre Familie und Freunde Ihren Beruf?**  
Die meisten finden es sehr spannend und interessant. Sie fragen mich dann, was ich mache und was ich dabei erlebe.

6 **Verändert sich bei dieser Arbeit das Verhältnis zum Leben und zum Tod?**  
Zum Leben ja, man beginnt, bewusster zu leben. Man realisiert, dass das Leben auch tatsächlich vergänglich ist und konzentriert sich mehr auf seine Umwelt. Die meisten Mes-



Rosalia Zelenka ist seit über drei Jahren professionelle Tatortreinigerin. Ihr gehört die Firma „SOS Zelenka“

FRANZ FELDNER

sies, mit denen ich zu tun habe, haben keine sozialen Kontakte mehr. Niemand kümmert sich um sie. Das sollte in unserer Gesellschaft nicht sein.

7 **Wie viele Tatorte reinigen Sie pro Jahr?**  
Pro Jahr etwa 70–100, Tendenz steigend. Steigend nicht, weil es mehr Verbrechen gibt, sondern weil das Bewusstsein für die Tatortreinigung größer wird. Früher wurden viele Tatorte von den Menschen selbst gereinigt. Dies ist allerdings wegen der hohen bakteriellen Belastung sehr gefährlich. Die Leute kannten die Gefahren nicht. Es fehlte auch an Schutzkleidung, die sehr wichtig für unseren Beruf ist, um uns vor Bakterien und andere Gefahren zu schützen. – LUKAS SEMMLER