MARKENMOMENT

Der Pflegespezialist *COLLONIL* leidet unter der Krise im Schuhhandel. Helfen sollen neue Produkte wie Steinpolituren und Hygienesprays

Es gibt nicht viele, für die der neue Hauptstadtflughafen BER bislang ein Erfolg ist. Doch Frank Becker, geschäftsführender Gesellschafter des Schuhpflegespezialisten Collonil, verbindet mit dem pannen- und verlustreichen Airport große Hoffnungen. Denn ausgerechnet aus einer Kooperation mit dem BER entstand ein neuer Geschäftsbereich, der die Abhängigkeit der Traditionsmarke von ihrem kriselnden Stammgeschäft reduzieren könnte.

Früher lebte Collonil davon, dass die Schuhverkäufer in den Läden ihren Kunden noch ein paar Zusatzprodukte wie Lederpflege oder Imprägniersprays verkauften. Doch dieses Geschäft schrumpft, und das schon seit Jahren. Im stationären Schuhhandel gebe es „eine wahnsinnige Entlaubung", sagt Becker. Durch den monatelangen Lockdown rechnet der Collonil-Chef nun sogar damit, dass vielleicht 30 Prozent der Schuhhändler verschwinden – und damit die traditionellen Absatzkanäle für seine Pflegeprodukte.

Die Rettung für Becker soll nun eine neue Produktkategorie sein, die sein Unternehmen 2020 für den BER entwickelt hat. In den Hallen des neuen Flughafens ist auf riesigen Flächen ein spezieller Naturstein verlegt. Der Betreiber fragte an, ob Collonil nicht eine maßgeschneiderte Pflegepolitur für den sensiblen Bodenbelag herstellen könnte.

Becker gab den Wunsch weiter an seine Entwickler. Heraus kam ein Produkt, das nun nicht allein beim BER zum Einsatz kommen soll. Im April startet Collonil ein ganzes Sortiment an neuen Pflegemitteln für Marmorböden, Granitplatten und Grabsteine. Diese Anwendungsbereiche seien für die Firma auch mit Blick auf den Vertrieb „absolutes Neuland", sagt Becker. Als Erstes hofft er darauf, dass die Steinpflegeprodukte bei den großen Baumarktketten gelistet werden.

1970ER-JAHRE
Collonil entwickelt ein neuartiges Schuhglanzmittel – unter anderem in Sprayform

1981
Mit der wasserabweisenden Creme „Waterstop" erobert Collonil den Schuhhandel

2013
Ein neues Imprägnierspray für Schuhe, Jacken, Handtaschen und Rucksäcke wird aufgelegt

2021
Collonil baut ein neues Standbein auf: Pflege für Böden und andere Flächen aus Stein

Der Aufbau des neues Standbeins ist aber nicht die einzige große Veränderung im Unternehmen. „Collonil steckt derzeit in einer großen Metamorphose", sagt Becker. Diese folge einer einfachen Strategie: „Wir haben nur uns." Man gehöre nun mal zu keinem Konzern, aber verfüge über ein besonderes Know-how.

In den vergangenen Jahren hat Becker daher eine Reihe neuer Eigenentwicklungen auf den Markt gebracht, etwa eine Pflege für Turnschuhe, um vom Sneakerboom zu profitieren. In der Corona-Krise stieg Collonil auch in die Produktion von Hygienesprays und Desinfektionsmitteln ein. „Das hat uns im vergangenen Jahr gerettet", sagt Becker. Besonders gut verkaufen sich Hygienesprays für Autoinnenräume.

Deshalb will der Firmenchef auch nach der Pandemie an dieser Sparte festhalten. Zusammen mit den neuen Steinpflegemitteln sollen die Hygieneprodukte helfen, die zu erwartenden weiteren Rückgänge im traditionellen Schuhgeschäft aufzufangen. Ziel sei es, die schrumpfenden Umsätze „mindestens" auszugleichen, sagt er. „Das müssen wir schaffen." Sonst könne Collonil auf Dauer wohl nicht bestehen.

UNTERNEHMEN

Unter dem Namen Collonil wurden ab 1909 Schuh- und Lederpflegemittel in Berlin vertrieben. Die Firma expandierte und siedelte nach Brandenburg über. Nach der Enteignung in der DDR fing die Eigentümerfamilie Salzenbrodt in Westberlin neu an. 1998 übernahm der heutige Chef Frank Becker die Firma. Sie machte zuletzt 35 Mio. Euro Umsatz.

Fotos: PR (4)