

Ein leuchtendes Beispiel

Engels produziert Kerzen in Deutschland und ist Marktführer im Premiumsegment. Mit innovativen Ideen, dem Gespür für Trends und der Begeisterung für seine eigenen Produkte, ist es dem Familienunternehmen gelungen, sich gegenüber der Billigkonkurrenz erfolgreich zu behaupten.

Engels kann auf eine lange Tradition zurückblicken: Im Jahr 1933 produziert Karl-Wilhelm Engels Kirchenkerzen. Bei der Wiederverwertung von Altwachs kommt dem Sohn eine zündende Idee: Aus den ehemaligen Kirchenkerzen entstehen neue Kerzen mit ungewöhnlichen Farben. Der Sohn findet schnell einen Abnehmer. Der Innenausstatter Gunther Lambert nimmt die Kerzen in sein Sortiment für Wohnaccessoires mit auf. Der Grundstein für ein zweites Standbein ist gelegt.

1996 übernimmt Thomas Engels die Geschäftsführung und kreiert eine eigene Marke mit Logo, mit der er, im Gegenteil zu seinen Vorgängern, ganz bewusst nach außen in Erscheinung tritt. Ihm gelingt es, die Marke Engels in der Mode-, Kosmetik- und Lifestyle-Branche fest zu etablieren. Die Rezeptur aus Qualität, Innovation und Kreativität trägt maßgeblich zum Erfolg bei. Engels ist ein wachsendes Unternehmen mit einer Eigenkapitalquote von rund 36 Prozent. Allein diese Zahl spricht für sich beziehungsweise für Engels.

Bei seinen Kreationen orientiert sich Engels an der Mailänder-Modewoche und lässt sich von Farben und Düften inspirieren, die gerade en vogue sind. So entstehen Wellness-Kerzen, mit deren Wachs man sich einreiben kann, Kerzen zur Gestaltung von Terrassen, Gärten und Saunalandschaften, bis hin zu Kerzen mit Holzdocht, die knistern wie ein Mini-Kamin. Engels hat ständig neue Ideen und ist immer auf der Suche nach dem „gewissen etwas“, mit dem er seine Kunden begeistern kann.

Und nicht selten sind es auch die Kleinigkeiten, die auf den ersten Blick als Spielereien erscheinen mögen, jedoch letztendlich für die Leidenschaft und Präzision von Engels sprechen: So werden bestimmte Kerzen vor der Auslieferung mit Seidenstrümpfen von Hand auf Hochglanz gebracht. Auch dieses letzte Finish ist eine Idee von Engels und trägt dazu bei, dass das Unternehmen beständig auf Erfolgskurs ist.

Quelle: brand eins Heft 01 Januar 2014