



NORD
DYNAMIC

Dynamicnord wurde 2018 gegründet und präsentierte sich auf der Boot-Messe 2023 zum ersten Mal der Öffentlichkeit. Der Firmensitz ist in Bruckmühl bei Rosenheim/Bayern.
Infos: dynamicnord.com



»Frisch geschlüpft«

INTERVIEW MIT MARTIN KUSCHE VON DYNAMICNORD

Foto: John Günther

ES WAR VERMUTLICH FÜR VIELE DIE GRÖSSTE ÜBERRASCHUNG AUF DER BOOT: MIT DYNAMICNORD TAUCHTE AUF EINMAL EIN NEUER VOLLAUSSTATTER IM TAUCHBEREICH AUF. WIR HABEN BEI GESCHÄFTSFÜHRER MARTIN KUSCHE GENAUER NACHGEFRAGT.

Interview: Nina Zschiesche

Corona, Krisenzeiten – und dann taucht mit Dynamicnord auf einmal ein neuer Hersteller aus dem Nichts auf. Wie kommt das, auch gerade jetzt?

Das war mehr oder weniger Zufall. Ich habe 2017 die Geschäftsleitung bei meinem vorherigen Arbeitgeber abgegeben. Danach hatte ich zuerst noch keinen Plan, was ich machen will und war eine Weile in Australien, um mich zu sortieren. Es hat sich schnell herauskristallisiert, dass ich gern wieder etwas machen möchte, etwas Neues. Dann gab es einen Anrufer, der mich gefragt hat, ob ich Lust auf ein neues Projekt habe. Da war ich natürlich neugierig. Und so kam es dann.

Wie kommt der Kontakt zustande?

Ich kenne die Investoren schon seit vielen Jahren. Ich bin ja schon lange im Tauchsportmarkt unterwegs, da hat man natürlich seine Netzwerke. Die haben mich nach meinem Ausscheiden einfach vermisst und sich dann bei mir gemeldet.

Erzähl uns doch mal kurz deinen Werdegang in der Tauchbranche.

Ich habe 1989 angefangen, bei Aqualung zu arbeiten, damals hieß das noch Jack W Lavanchy (JWL). Von 1994 bis 2002 habe ich die Geschäftsleitung von Beuchat Nordeu-

ropa übernommen. Ab 2003 war ich dann bei Atomic Aquatics, das später in die Hush Outdoor-Gruppe eingegliedert wurde. Ich wurde übernommen, und es kamen die ganzen Marken dazu, Bare, Stahlsac und Zeagle. Bis 2017 war ich dort beschäftigt.

Da stand also diese Idee im Raum, wir machen eine neue Marke. War es auch von Anfang an gedacht, als Vollausstatter zu starten, so wie ihr euch heute präsentiert?

Am Anfang war ein viel kürzeres Sortiment geplant. Dann schaut man sich sein Portfolio an und sieht, hier und da ist eine Lücke. Dann kam 2020 Corona und hat jeden im Endeffekt ausgebremst. Uns eigentlich gar nicht so, weil wir zu dem Zeitpunkt reine Bürotäter waren. Wir haben die Produkte entwickelt, designt und getestet. Wir haben die Zeit einfach genutzt und ein Projekt nach dem anderen durchgezogen. Es wäre auch nicht sinnvoll gewesen, während Corona eine neue Marke an den Start zu bringen. Der Plan war eigentlich, früher zu starten.

Wie lange habt ihr jetzt still und heimlich vor euch hingearbeitet, bevor ihr das bekannt gegeben habt?

Angefangen habe ich im Februar 2018, so richtig öffentlich gemacht haben wir erst jetzt zur Boot. Im Dezember habe ich die ersten Pressemeldungen veröffentlicht, um schon mal eine kleine Duftmarke zu hinterlassen.

Viele sind neugierig. Man sieht auch andere Hersteller an eurem Stand, die sich eure Produkte anschauen. Wie ist die Resonanz auf der Boot?

Am ersten Wochenende haben wir ganz enormen Zulauf gehabt, da waren aber alle Stände gut besucht. Montag und Dienstag waren dann mehr Fachhändler da. Diese Tage haben wir intern bei uns auch »Spionage-Tage« genannt, denn da waren sie alle da und haben sich angeschaut, was wir machen, haben unser Zeug auf links gedreht. Anscheinend haben wir für etwas Diskussionsstoff gesorgt.

Und wie war die Reaktion von den Endkunden?

Durchweg gut. Jeder, der schon länger mit Tauchen zu tun hat, kommt hier vorbei und denkt sich »Hey, die Marke habe ich ja noch nie gesehen«. Da ist die Neugier natürlich groß. Es kamen viele Fragen: »Wer seid ihr? Was macht ihr?« – Naja, wir sind gerade frisch geschlüpft.

Das ist schon ein tolles Gefühl, oder?

Ja, gerade, wenn man so viel Zuspruch bekommt, bestätigt es einen, dass man die letzten vier Jahre nicht nur auf seiner eigenen Insel gelebt und nur geglaubt hat, dass man etwas richtig macht. Wenn dann Komplimente kommen, motiviert das unheimlich.

Hast du die Produkte selber designt? Was ist deine Vision darin?

Wir müssen unterscheiden zwischen der technischen Performance und dem Design. Ich habe gelernt, dass die drei Finger einer Hand ein ferngesteuertes Instrument des Auges sind. Das Produkt im Laden, zu dem diese drei Finger zuerst gehen, das ist zu 80% verkauft. Design hat eine ganz entscheidende Rolle. Aber nur Design reicht nicht. Das Produkt muss natürlich einen gewissen Anspruch von der Funktion her erfüllen. Ich bin hergegangen und habe im Markt geschaut, welche Produkte ich für gut halte und mir überlegt, wo kann man hier im Detail noch etwas verbessern. Das Rad erfindet man heute nicht mehr neu. Aber ich kann dir zu jedem einzelnen Produkt erzählen, was wir verbessert haben. Somit kommst du mit dem Gesamtanspruch auf ein höheres Level. Usability, Funktion und Design, das muss alles stimmig sein und eine Sprache sprechen.

Ich habe von Anfang an mit Industriedesignern zusammengearbeitet und mir professionelle Designs aufbereiten lassen und so lange daran gefeilt, bis ich gesagt habe, das gefällt mir.

Wie kommt es eigentlich zu dem Namen Dynamicnord?

Die Firma hinter Dynamicnord heißt Fifth Element GmbH. Als ich die Geschäftsleitung übernommen habe, gab es schon ein paar Produkte, die mit Fifth Element brandet waren. Aber es existiert ja bereits die Firma Fourth Element im Tauchmarkt – die übrigens tolle Produkte macht – da wäre es albern gewesen, wenn ich jetzt mit einer neuen Marke namens Fifth Element um die Ecke kommen würde. Also habe ich gesagt, lasst uns einen richtig coolen Firmennamen suchen. Das hat lange gedauert. Wir haben mittlerweile die Wortmarke und Wortbildmarke in über 100 Ländern angemeldet. Da musst du einen Namen finden, der nicht schon in einem dieser Länder registriert ist. »Dynamic« fanden wir gut, wir wollen dynamisch und nicht statisch sein. Für »Nord« haben wir uns in der deutschen Form entschieden, als

Hinweis darauf, dass wir eine deutsche Company sind. Unser Logo hat auch eine gewisse Ähnlichkeit mit einer Kompassnadel. Und Nord ist immer die Richtung, von der aus die anderen definiert werden.

Wie sieht euer Firmensitz in Deutschland aus?

Das ist ein ganz normales Bürogebäude. Da haben wir unsere Verwaltung, unsere Design- und Entwicklungsabteilung und unseren Verkauf untergebracht. Zudem haben wir ein altes Postverteilungszentrum übernommen und es für uns umgebaut. Die Weichen für Logistik waren hier schon gestellt, das wurde alles optimiert und viel automatisiert.

Produziert wird aber vor allem in Europa, ist das richtig?

Alles produzieren wir nicht in Europa, das würde ich gern machen. Aber bei der Produktgruppe Neopren und Neoprenzubehör hast du keine andere Chance, als nach Asien zu gehen, wenn du eine gewisse Anzahl produzieren willst. Mit einer Maskenlinie haben wir das auch gemacht, damit wir auch im Midrange-Bereich etwas anbieten können. Aber sonst sind so gut wie alle unsere Produkte made in Europe, aus unterschiedlichen Ländern.

Dir geht es auch um Nachhaltigkeit. Das ist immer ein großes Wort, aber was heißt das konkret?

Es ist schwer, das kurz zu umreißen, Wir müssen einfach ehrlich sein, viele Dinge, die wir in der Taucherei nutzen, sind einfach aus Plastik. Was wir machen, ist aber, dass wir permanent auf der Suche sind nach alternativen Stoffen, die umweltverträglicher in der Rohmaterialherstellung und Produktion sind und in der Entsorgung. In der Produktion geht es um Energieverbrauch oder um die Zuführung von recycelten Materialien. Wir schauen immer, dass wir unseren Fußabdruck so klein wie möglich halten können. Wir verwenden auch Verpackungen aus recycelten Kartonnagen. Nie wird einer in unserer Branche in der Lage sein, ein grüner Betrieb und CO₂-neutral zu sein. Das werden wir nicht schaffen, da muss man ehrlich sein. Aber wir arbeiten dran hier immer besser zu werden.

Im Moment ist euer Sortiment eher für Sporttaucher ausgelegt. Wollt ihr auch noch in den Tech-Bereich gehen?

Das werden wir sicher machen. Da haben wir momentan noch nicht wirklich viel.

Wir haben anspruchsvolle Trockis, eine Tech-Flosse und eine Maske, die mit Sicherheit den technischen Taucher sehr interessieren wird. Wir haben Computer, die den Bereich Luft, Nitrox, Trimix und Kreislaufgerät abdecken, nicht nur als Armmodell, sondern auch als Head-Up-Display.

Der Computer kommt von Arne Sieber, der damals die Seabear Tauchcomputer gemacht hat, oder?

Genau, mit ihm haben wir hier eine Kooperation geschlossen. Wir haben einen Exklusivvertrag gemacht und haben beide unseren Spaß daran und finden das klasse. Schauen wir mal, was wir da bewegen können. Da kommt sicher noch einiges.

Das klingt, als hättet ihr viel vor.

Ja, ich bin auf den Geschmack gekommen. Es macht Spaß, Produkte neu aufzusetzen. Die eine Linie ist jetzt mal draußen, an der nächsten arbeiten wir. Ich habe im Laufe der Jahre ein Team aufgebaut, das mir sehr wichtig ist. Ich alleine schaffe gar nichts, das geht nur mit einem richtig guten Team. Da bin ich sehr stolz drauf.

Wie viele Leute seid ihr insgesamt?

Wir sind 16 Leute im Moment. Dafür, dass wir bis dato noch nichts verkauft haben, ist das schon sehr viel. Jetzt auf der Messe holen wir uns natürlich die ersten Aufträge. An Endkunden haben wir noch nichts verkauft. Das kommt jetzt alles erst über die Fachhändler.

Da scheint ja echt viel Geld dahinter zu stecken.

Das macht natürlich umso mehr Spaß, wenn du dir während der Investitionsphase keine Sorgen machen musst. Mir ist aber bewusst dass nach der Investitionsphase auch ein „Return on Invest“ kommen muss. Aber auch darauf freue ich mich, denn die Reaktionen hier auf der Messe sind sehr ermutigend. Das gibt mir ein gutes Gefühl.

Wo seht ihr euch in 5 Jahren?

Ich hätte selber gern eine Glaskugel, in die ich reingucken kann. Ich denke, in 5 Jahren werden wir eine akzeptable Marktdurchdringung hingekriegt haben. Momentan ist ja sehr viel Bewegung in der Branche. Schauen wir mal, ob und wo wir unseren Platz erobern. Geschenkt wird uns da sicher nichts, und es ist viel Arbeit.