


White Nugget

Text und Fotos:
Rudolf Reiner



Es waren einmal zwei Jungs, die lernten einen Professor aus Berlin kennen. Dieser Professor, der mit seiner Teekampagne im Jahr 1985 ein absoluter Direktmarketing-Vorreiter war, und der ohne Zwischenhandel und in großen Mengen hochqualitativen Darjeeling Tee aus Indien vertrieb, inspirierte die zwei zu einer revolutionären Idee: Hochqualitative Golfbälle im Direktvertrieb vertreiben.

Die Ballmarke Flake war geboren und die zwei Jungs hochmotiviert.

Es war einfach alles einfach: Geld verdienen, Spaß haben, alte Strukturen aufbrechen, und all dies ohne Burnout und ohne Bankkredit. Frei nach dem Motto des Professors: „Funktion satt Konvention“. Aus den zweien wurden drei, und plötzlich war es vorbei mit der Harmonie. Es gab Differenzen, die letztendlich zur Trennung führten.

Doch die Idee von den Golfbällen im Direktvertrieb sollte nicht sterben. Zwei der jungen Männer gründeten die Marke VICE (siehe chiliGOLF 2-13), und auch der dritte im Bunde, Johannes von Lentzke, der von Anfang an mit an dem Konzept gearbeitet hatte, wollte sich nicht geschlagen geben.

Zu hart war die Vorarbeit, zu gut die Idee. Auch er gründete eine Ballmarke: White Nugget.

Die Bälle werden in der gleichen Fabrik gefertigt; jedoch gibt es bei White Nugget keine 2-Schicht-Bälle, sondern Bälle mit 3 Schichten und sogar einen 4-Schicht-Ball, der noch etwas mehr Spin annimmt, als ein dreischichtiger.





Inzwischen hat sich Johannes zwei Partner ins Boot geholt, Edwin Ederle (Ex McKinsey), und Nick Bassermann, einen passionierten, semi-professionellen Golfer und hochkarätigen Experten aus der Werbung (DDB). Die allgemeine Krise in der Golfbranche sehen die drei als Chance. Der Markt für günstige aber hochwertige Golfbälle wächst.

Insgesamt gibt es nun 4 Modelle (den 18 Carat 3-Schicht-Distanzball, den 21 Carat 3-Schicht-Performance Ball und die Königsklasse der Golfbälle, den 24 Carat 4-Schicht-Performance Ball – nun auch mit einem superstylishen Buffalo-Bill-Bart-Design).

Natürlich kann man seine Bälle auch bedrucken lassen. White Nugget verwendet dafür eines der modernsten UV-Digitaldruck-Verfahren, das es zur Zeit auf dem Markt gibt. Dieser Druck hat sich als deutlich beständiger als der herkömmliche Digitaldruck erwiesen, und kann sogar mit dem viel teureren Tampon-Druck verglichen werden. White Nugget ist sicherlich ein absoluter Vorreiter in der Verwendung dieser Technologie. Die bedruckten Bälle bekommt der Kunde innerhalb von 5-7 Arbeitstagen nach Bestellung direkt nach Hause geliefert.





Für die Schweizer Eidgenossen gibt es ab August unter www.whitenugget.ch einen Schweizer Shop. Andere internationale Märkte werden folgen. Ab dem Spätsommer wird es sogar die Möglichkeit geben, ab einer Bestellmenge von 20 Dutzend Bällen eine eigene Verpackung für Firmengeschenke, Messen oder Privatveranstaltungen zu ordern. Dabei kann die Gestaltung vom Besteller selbst übernommen werden.

Nächste Jahr sollen neue Bälle folgen. Es herrscht also Goldgräberstimmung bei den Jungs von White Nugget.

Wir fragten Johannes, wer letztendlich das Rennen machen wird: VICE oder white Nugget? Damit konnten wir ihm aber nur ein herzhaftes Lachen entlocken ...

Mehr infos unter www.whitenugget.com

Mitmachen und gewinnen!

Wir verlosen 4 Dreierpacks White Nugget Bälle mit dem chiliGOLF-Logo! Einfach eine Mail mit Name und Adresse an leser@chiligolf.de senden.

Einsendeschluss ist der XX.XX.2014.
Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Viel Glück!

