

**Boxhaus®**

Aus dem Nichts zum Online-Primus, Modelabel und Sportartikelhersteller:

## Und allem Anfang wohnt ein Zufall inne

**Rainer Proch ist gerade 38 Jahre alt, als seine Tochter Sarah sich im Alter von 11 Jahren dazu entschließt, mit dem Boxsport zu beginnen. Heute, 12 Jahre später, hat sich für beide der mutige Schritt der Tochter mehr als gelohnt: Sarah Scheurich ist amtierende Vize-Europameisterin, mehrfache Deutsche Meisterin, WM-Teilnehmerin und gilt als die ambitionierteste Deutsche Boxerin im Amateur-Boxsport. Rainer Proch führt heute mit BOXHAUS den führenden Deutschen Online-Versandhandel für Boxsport-Artikel. Außerdem gehören ein eigenes Szene-Modelabel und ein Hersteller-Label für hochwertige Boxsportartikel zu seiner Unternehmensgruppe. Sitz des Unternehmens: Demen im Landkreis Ludwigslust-Parchim.**

Gar nicht so leicht zu finden: Wer den Unternehmenssitz der BOXHAUS-Gruppe erstmalig besucht, der sollte auf jeden Fall gut auf sein Navi hören. Und er sollte nicht die Erwartung haben, dass Deutschlands renommiertester Online-Versender für Boxsport-Artikel sowie das firmeneigene Modelabel BOXHAUS BRAND und die ebenfalls firmeneigene Herstellermarke 7PUNCH in einem hochmodernen Gebäude aus Stahlbeton und Glas residieren. Es ist die ehemalige Grundschule Demen, die seit 2012 als Unternehmenssitz, Warenlager und Showroom dient. „Als wir 2010 eine Immobilie suchten, war die Aussicht, dieses Gebäude für unsere Zwecke er-

werben zu können absolut ideal. Dabei half uns die große Unterstützung, die wir durch den damaligen Bürgermeister von Demen und heutigen Landtagsabgeordneten Thomas Schwarz erhielten“, sagt Rainer Proch, Gründer und CEO der BOXHAUS-Gruppe. Gemeinsam mit seiner Frau Annette Scheurich riskierte der gebürtige Schweriner damals den großen Schritt, die ehemalige Schule mit 2.000 qm Nutzfläche zu erwerben und gemäß den eigenen Zwecken zu nutzen. Vorher existierte BOXHAUS bereits 5 Jahre lang: auf dem eigenen Rest-Bauernhof – fünf Fahrminuten entfernt von Demen. „Anfangs hat das ja noch ganz gut funktioniert, aber dann wurde unser Lagerbe-

stand immer größer und umfangreicher. Außerdem hatten wir mitten in Wald und Wiesen kein Breitband. Der Umzug nach Demen war für uns absolut notwendig“, ergänzt Annette Scheurich, die ebenfalls aus Schwerin stammt und die das Warenlager und den Versand aller Unternehmensbereiche leitet.

### **Erst der Versandhandel – dann die eigene Modemarke**

Doch zurück zum Anfang. Wir schreiben das Jahr 2005. Rainer Proch arbeitet als IT-Spezialist und Online-Entwickler u. a. an der strategischen Entwicklung und Umsetzung der Website der SVZ, als seine Tochter Sarah ihren Eltern stolz



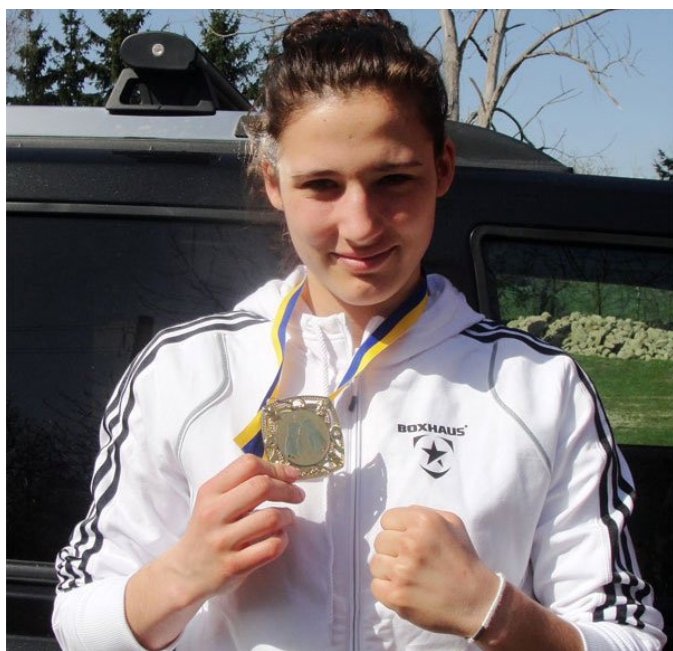


Bild: Sarah Scheurich, Vize-Europameisterin im Boxen



Bild: Boxhandschuhe der Marke 7PUNCH

präsentiert: „Ich will Boxen!“ Für beide Eltern durchaus ein gewöhnungsbedürftiger Wunsch. „Keiner von uns beiden hat ihr das in die Wiege gelegt“, lächelt Annette Scheurich, „wir waren gerade am Anfang eher überfordert mit dieser Vorstellung.“ Doch wo ein Wille, da ist immer auch ein Weg. Zunächst jedenfalls. Sarah Scheurich beginnt mit dem Training. Und schon sehr schnell zeigt sich ihr überdurchschnittliches Talent. Die ersten Wettkämpfe stehen an. Rainer Proch: „Ich musste feststellen, wie schwierig es damals war, vernünftige Sportbekleidung für boxende Mädchen zu bekommen.“ Ganz gleich, ob Online – damals noch sehr rudimentär – oder im stationären Handel. Rainer Proch erkannte schnell das große Potential, das ein gut organisierter und professionell inszenierter Online-Versandhandel bereits zu jener Zeit bieten könnte. Schnell wurde die Firma BOXHAUS gegründet. Der Startschuss fiel im Jahre 2006 – eine Zahl, die sich auch heute noch gerade auf vielen Kleidungsstücken des Modellabels BOXHAUS BRAND wiederfindet. Das Unternehmen wuchs sehr rasch. Dynamisch würde mancher sagen. Als

rasant empfanden es Rainer Proch und Annette Scheurich. Schnell kam der Landesboxverband auf sie zu. Es ging zunächst darum, alle Boxer in M-V verlässlich mit Ausrüstung zu versehen. Dann folgte Sponsoring. BOXHAUS stieg als Ausrüster auf bis in höchste Sphären: die Nationalmannschaften Deutschlands, zahlreiche Verbände, Vereine und auch einzelne Boxer tragen schon seit langem das Logo der Demener auf der Brust des Trainingsanzugs. Dazu kam die finanzielle Beteiligung an der Ausrichtung von Turnier-Wettkämpfen: Landesmeisterschaften, Deutsche Meisterschaften und nicht zuletzt der Queens Cup, eines der bestbesetzten Frauen-Boxturniere Europas.

**„Plötzlich erkannten wir die Dimension, die eine eigene Bekleidung erreichen könnte“**

Irgendwann begann BOXHAUS damit, Promo-Shirts auf einfache Weise zu produzieren, um so einen Merchandising-Artikel für Markenwerbung des Online-Versandhandels zu haben. Ein Schritt mit Folgen. „Die Boxer rissen uns die ersten Shirts sprichwörtlich aus den

Händen“, erinnert sich Rainer Proch, „und nicht nur die – plötzlich erkannten wir die Dimension, die eine eigene modeorientierte Bekleidung erreichen könnte“. So entstand im Jahr 2011 die Modemarke BOXHAUS BRAND.

Das Modelabel wuchs noch dynamischer als der Online-Versandhandel. Dafür verantwortlich sind mit Sicherheit auch zahlreiche Prominente, die auf Shirts, Hoodies, Caps oder Jogginghosen der Marke BOXHAUS stehen: beispielsweise der Rostocker Hip-Hop-Künstler Marteria. Oder die Tatort-Kommissarin Simone Thomalla beziehungsweise ihr Stuttgarter Pendant Richy Müller. Und die gesamte Bühnencrew des Techno-Mitbegründers Scooter kleidet sich in BOXHAUS. „Immer wieder entdecken wir im Fernsehen oder in Zeitschriften und Magazinen, aber gerade auch in den sozialen Medien Bildmaterial von prominenten oder nicht ganz so prominenten Menschen, das sie in BOXHAUS-Bekleidung zeigt. Das macht einen schon stolz. Wir teilen das dann auch oft über die Online-Kanäle, die wir haben“, verrät Rainer Proch. Dennoch gäbe es auch Prominente, die das nicht so gern sehen. „Dafür habe ich ein großes







Bild: Marteria, Rostocker Hip-Hop-Künstler



Bild: Richy Müller, Deutscher Schauspieler

Verständnis – privat muss auch privat bleiben. Daran halten wir uns“, so Proch weiter. Für Marteria aber gilt das nicht. Er trägt gern BOXHAUS und zeigt das: auf Instagram und Facebook – aber auch live auf der Bühne oder in seinen Videos. Dennoch ist BOXHAUS BRAND eine hochwertige Freizeit-Modemarke für Jedermann. Urban Street Style könnte man sagen – man sieht die Marke in erster Linie auch eher in Metropolen wie Berlin, Hamburg, München oder dem Ruhrgebiet. „Unsere BOXHAUS Collection ist klassisch zeitlos also modisch langlebig und eben nicht trendy“, erklärt Annette Scheurich. Martialisch, kriegerisch anmutende Motive gibt es nicht – auch keine, die Kriminalität, Sexismus o. ä. verherrlichen. Es gibt nur eine Collection, die immer wieder erweitert wird und die alle Klassiker dauerhaft erhält. Die Schnitte und Materialien sind allesamt unique und Teil des Konzepts. Gefertigt wird im europäischen Ausland.

### „Wir kennen die Stärken und Schwächen vieler Markenartikel“

Im Jahr 2014 folgte dann mit der Schaffung und Etablierung einer eigenständigen

Herstellermarke für Boxsportartikel der letzte wichtige Entwicklungsschritt. Unter dem Markennamen 7PUNCH verkauft die BOXHAUS-Gruppe nun vom Boxhandschuh, über Boxer-Hosen bis hin zum Springseil funktionelle Artikel für Leistungssportler – alles im hochwertigen Segment. Rainer Proch: „Dieser Schritt hat sich uns irgendwann geradezu aufgedrängt – schließlich kennen wir die Stärken und Schwächen vieler Markenartikel für den Boxsport. 7PUNCH ist eine Marke für ambitionierte Boxsportler beider Geschlechter. Die Entwicklung in diesem Bereich ist sehr positiv.“ Ende gut - alles gut, könnte man meinen. Dennoch gibt es immer Dinge zu verbessern. Auch bei BOXHAUS, wo die ständige Optimierung quasi zum Unternehmenscredo gehört. Annette Scheurich: „Kaum jemand aus der Region kennt uns oder weiß, dass wir von hier sind.“ Als „Local Dealer“ werde man auch nicht genug wahrgenommen. Eine Tatsache, die sicherlich der Unternehmensentwicklung eines reinen Online-Versenders geschuldet ist. Aber auch etwas, das verändert werden soll in den kommenden Jahren: „Wir wollen unsere lokale Identität schärfen“, verspricht

Rainer Proch. Tage der offenen Tür bzw. Werksverkäufe oder der Support regionaler Events stehen in Planung. Proch weiter: „Wir möchten, dass die Menschen aus der Region BOXHAUS und vor allem das



Bild: Die BOXHAUS-Gründer Rainer Proch und Annette Scheurich privat

Modelabel BOXHAUS BRAND noch stärker als eine Modemarke, die quasi vor der eigenen Haustür angesiedelt ist, erkennen. Denn das nützt allen gleichermaßen.“

**Let's get ready to rumble!**





Bild: Neue Collectionartikel von BOXHAUS BRAND



Bild: Blick in das 9.000 Artikel umfassende Warenlager in Demen

Bild: Boxweltmeister Arthur Abraham trägt BOXHAUS



### DAS IST DIE BOXHAUS-Gruppe:

- + Gründung 2006
- + BOXHAUS, BOXHAUS BRAND, 7PUNCH
- + Seit 2012 in Demen
- + 9.000 verschiedene Artikel auf Lager
- + 2.000 qm Lagerfläche
- + 4.000 qm Grundstück
- + 6 Mitarbeiter
- + 7-stellige Umsätze pro Jahr

Inhaber: Rainer Proch | Ziolkowskiring 33, 19089 Demen

E-Mail: [info@boxhaus.de](mailto:info@boxhaus.de) | Telefon: +49 (0) 38488-50 98 09 | Fax: +49 (0) 38488-50 98 28

Der WiFöG Weekender ist ein monatlich erscheinendes Unternehmensportrait, das am Wochenende Online über die Kanäle der Wirtschaftsförderungsgesellschaft Südwestmecklenburg publiziert wird. Wir präsentieren in dieser Serie Unternehmen und Unternehmer und werfen dabei auch bewusst einen Blick hinter die Kulissen.

Sie interessieren sich für weitere Informationen zu dem vorgestellten Unternehmen bzw. zum WiFöG Weekender?  
Oder Sie kennen ein Unternehmen, das Sie unbedingt in einer unserer kommenden Ausgaben präsentiert sehen möchten?  
Dann nehmen Sie gern Kontakt zu uns auf: **Wirtschaftsförderung Südwestmecklenburg** | Lindenstr. 30, 19288 Ludwigslust |  
**Ansprechpartner:** Marc Brendemühl | **Telefon:** 03874 / 620 44 18 | **E-Mail:** [brendemuehl@invest-swm.de](mailto:brendemuehl@invest-swm.de)  
**Website:** [www.invest-swm.de](http://www.invest-swm.de) | **Facebook:** [www.facebook.com/wifoeg](https://www.facebook.com/wifoeg)

