

Kompetenz im Doppelpack

Rolf Herrmann

Der Weg in die Selbständigkeit erfordert ein Konzept und dessen konsequente Umsetzung. Das Beispiel eines Gemeinschaftsunternehmens in Rain/Straubing zeigt, wie es gehen kann.

Die Frage ob es sinnvoll ist, sich in wirtschaftlich schwierigen Zeiten selbständig zu machen, stellte sich für *Rupert Dünstl* und *Christian Pritzl* in Rain bei Straubing anders: Wie gehen wir vor, damit wir trotz schlechter Baukonjunktur erfolgreich sind? Ihr Konzept – aktives Marketing, exklusive Leistungen und Kosten sparende Betriebsführung – geht auf.

Die beiden Partner haben sich in der Meisterschule kennen gelernt und schon während des Unterrichts festgestellt, dass sie sich bestens ergänzen können. Kam der eine mal nicht mit der Theorie weiter, konnte der andere hilfreiche Tipps geben. Dafür revanchierte sich dieser mit praktischen Ratschlägen. *Pritzl* sei, so *Dünstl*, der kreative Kopf, der projiziert und programmiert, er selbst der Praktiker, der mit den Kunden verhandelt und die Aufträge holt.

Individuelle Wünsche erfüllen

Schon während der Schulzeit wurden sie sich einig: Wir gründen gemeinsam ein Elektrofachgeschäft. Und man dachte auch schon mal über ein Unternehmenskonzept nach: »*Erst mal einigten wir uns, nicht das Normale, sondern Elektrotechnik auf einem ganz individuellen Niveau anzubieten.*«, erklärt *R. Dünstl*. Sie nahmen sich vor, Kunden zu suchen, die an modernen Funktionen für mehr Komfort und Sicherheit im Haus interessiert sind.

Diese werden ausführlich beraten und mit qualitativ hochwertigen Leistungen bedient. So werden bessere Renditen erzielt. Preiskämpfe bei Ausschreibungen dagegen wollte man möglichst vermeiden. Auch malten sie sich aus, dass die Kompetenz von zwei Meistern

Rolf Herrmann, Fachjournalist für Gebäudetechnik, Stuttgart



Auch der öffentliche Auftritt signalisiert Kompetenz: Rupert Dünstl und Christian Pritzl mit Firmenwagen

logischerweise – »zwei können mehr als einer«, so *C. Pritzl* – ein breiteres Leistungsangebot ermöglichen sollte.

Gekauft wird, was man sieht

Seit April 2003 ist die Fa. Dünstl+Pritzl aktiv und hat nach zwei Jahren Aufbauarbeit einiges erreicht.

Kommen Kunden oder Interessenten in die Firmenräume, werden sie durch Ausstellungsstücke auf all die guten Dinge aufmerksam (Bild 1), die Lust auf eine moderne Elektroinstallation machen: Schönerer Schalter, repräsentative Türsprechanlagen, technische Raffinessen wie Radio oder Videosprechstation in Form und im Design des Schalterprogramms, ansprechende Beleuchtungsideen und vieles mehr. Wer sich für die Funktionen interessiert, kann sich des Vorführeffers der zwei Meister gewiss sein. Beide zeigen gern, wie man z. B. den Hausruf auch auf dem Telefon annehmen kann oder verblüffen mit solchen Tricks, wie die am Abend automatische Abschaltung der Türöffnerfunktion vom Kinderzimmer aus oder wie man den Internetanschluss über Schaltuhr sperrt.

Von den Vorteilen einer Zentralstaubsauganlage kann sich die Hausfrau bei einer praktischen Übung überzeugen. Denn auch solche exklusiven Technologien vertreiben, planen und installieren sie. *Christian Pritzl* ist davon selbst begeistert: »*Wer so eine Anlage hat, möchte sie nicht mehr missen.*«, und *Dünstl* betont: »*Erst was die Kun-*

den wirklich sehen und ausprobieren können, kaufen sie auch.«

Aktives Marketing

Neueinsteiger haben gegenüber eingeführten Elektrofachgeschäften den Nachteil, dass sie sich ihren Kundstamm erst mal aufbauen müssen. Die zwei Unternehmensgründer waren da von Anfang an zuversichtlich. »*Wir beraten ausführlich über die vielen Möglichkeiten einer modernen Elektroinstallation und weisen auf unsere Leistungen aus einer Hand hin.*«, antwortet *Dünstl*



Bild 1: In den Geschäftsräumen kann man ausprobieren, was zu einer exklusiven Haustechnik gehört, auch eine Zentralstaubsauganlage

auf die entsprechende Frage. Ist der Interessent erst einmal Kunde, dann hofft man auf Mund-zu-Mund-Werbung. Bei den Kundengesprächen, die gern mal zwei, drei Stunden andauern, schlägt er zu der üblichen Ausführung verschiedene Alternativen für mehr Komfort und Sicherheit vor. Dabei lässt sich auch die Investitionsbereitschaft der Gesprächspartner ausloten. Ein Musterbuch mit vielen in der Nachbarschaft bereits realisierten Objekten setzt hier häufig zusätzliche Gelder frei.

Damit nach dem Gespräch auch das Angebot mit Plänen, 3D-Zeichnungen und einer ausführlichen Leistungsbeschreibung gut rüber kommt, haben sich die zwei von Anfang an die modular aufgebaute Branchensoftware HW-Elektroplus (Bild 2) mit dem Musterleistungsverzeichnis MLV III angeschafft und diese inzwischen mit einem professionellen CAD-System erweitert. »Im Zusammenspiel beider Systeme erhalten wir schnell ordentliche Unterlagen, die dem Kunden zeigen, dass wir uns mit seiner Anfrage ausführlich beschäftigen«, so Dünstl. Dieses Vorgehen schafft Vertrauen und hat bisher meist auch zum Auftrag geführt. Inzwischen erhält er sogar Planungsaufträge, eine weitere Chance, an Aufträge zu kommen

Zuvorkommender Service

Immer öfter wird das junge Team – inzwischen haben die zwei Meister auch einen Gesellen eingestellt, der nach und nach für die hochwertige Elektroinstallation aufgebaut wird – von zufriedenen Kunden weiterempfohlen. Grund sind nicht nur Kompetenz und Qualität sondern auch ein zuvorkommender Service: »Wir arbeiten sorgfältig, fräßen unsere Schlitzte, machen den Dreck weg, reparieren den PC oder bringen den neuen Fernseher auch am Sonntag, wenn der gerade an diesem Tag kaputt gegangen ist.«, zählt Pritzl auf.

Stolz weist er auf vorzeigbare Referenzen hin: »Zum Beispiel ein Einfamilienhaus, in dem der Sonnenschutz und die Lüftung im Wintergarten, die Beleuchtung und Jalousieantriebe sowie die Raumtemperaturen komplett über die Gebäudesystemtechnik EIB gesteuert bzw. geregelt werden.«

Zeit für Kunden, nicht fürs Büro

So großzügig man mit der Zeit für die Kundenberatung ist, so wenig davon sollte die Betriebsorganisation verschlin-

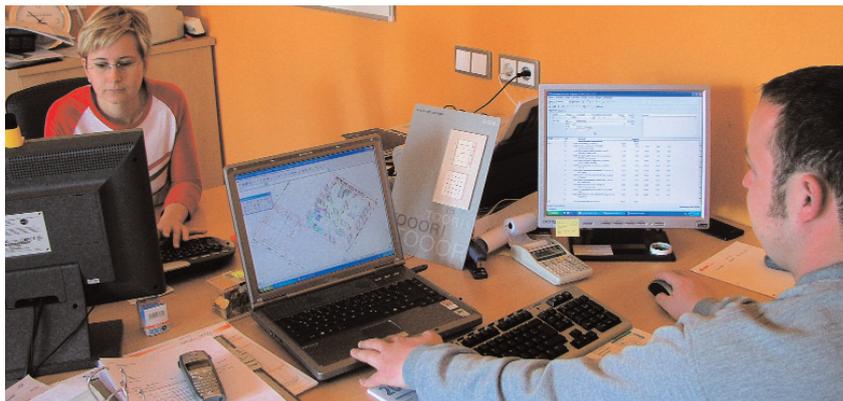


Bild 2: Bei der Erstellung der Angebote hilft von Anfang an die professionelle Branchensoftware

gen. Deshalb gehört zum Unternehmenskonzept auch eine zeitgemäße Branchensoftware. Das modulare System von Hausmann & Wynen ist ideal für Jungunternehmer, die erst mal nur in eine Grundausstattung zu investieren brauchen, trotzdem von Beginn an eine professionelle Lösung nutzen und diese dann nach den Bedürfnissen der Firma erweitern können. »Wir haben am Markt gesucht und viel verglichen. Uns gefielen u.a. die kompetente Beratung, die einfache Handhabung, die einfachen und schnellen Suchfunktionen im Artikelstamm und der mitgelieferte umfangreiche und sehr gut gegliederte Leistungskatalog.«, begründet R. Dünstl die Investitionsentscheidung für HW-Elektroplus. Jetzt hilft ihm die Software und das Musterleistungsverzeichnis bei der Angebotsausarbeitung und Kundenberatung: »Wenn ich mit dem Kunden z.B. über alternative Schalterprogramme diskutiere, kann ich die Preise dieser Hersteller per Knopfdruck schnell mal durchrechnen, vergleichen und habe auch schon die richtigen Bestellnummern des Großhandels parat.« Auch sonst erleichtert ihm die Software das Büroleben. Das einmal geschriebene Angebot wird per Mausklick zum Auftrag, und diese Daten dienen wiederum der kontrollierten Auftragsabwicklung und später – durch tatsächliche Mengen und Arbeitszeiten ergänzt – der Rechnungserstellung und der Nachkalkulation. »So können wir während des Baufortschritts sehen, ob der kalkulierte Deckungsbeitrag stimmt und müssen nicht erst aus bitteren Erfahrungen lernen.« Damit macht er deutlich, wie wichtig gerade für noch weniger erfahrene Jungunternehmer ein solches Kontrollinstrument ist.

Inzwischen wurde die Software um weitere Module wie Bestellwesen und

Kleinaufträge ergänzt und zwei Arbeitsplätze dafür vernetzt. Denn auch Frau Melanie Dünstl arbeitet damit. Ihr Metier ist vor allem das Rechnungswesen und die Kontrolle der Zahlungsgänge.

Attraktive Marktnischen

Das Unternehmenskonzept zeigt Erfolg: »Es läuft, wie wir es uns vorgestellt haben.«, freut sich C. Pritzl. Zwei interessante Baustellen in Straubing stehen an. Der Vertragskundendienst für exklusive Kaffeemaschinen bringt zusätzliche Kontakte. Die Auftragsbücher für 2005 sind voll, was für die beiden aber nicht bedeutet, dass man jetzt auf dem Erreichten ausruhen möchte. Schon sind Seminare und Vorträge zu der zukunftsweisenden Technologie Photovoltaik geplant: »Wir wollen künftig auch für dieses interessante Arbeitsfeld Kunden finden und damit erfolgreich Geschäfte machen.«, so R. Dünstl. ■

AUS DEM ERFOLGSKONZEPT:

- Aktives Marketing durch ausführliche Kundenberatung, um Kunden zu gewinnen
- Angebot von individueller und hochwertiger Lösungen, um durch Mehrwertverkauf bessere Renditen zu erzielen
- Hohe Qualität bei Ware und Installation sowie zuvorkommender Service schafft Stammkunden und bewirkt Mund-zu-Mund-Werbung
- Von Anfang an optimaler Einsatz der modularen Branchensoftware »HW-Elektro-plus« für eine übersichtliche und rationelle Betriebsorganisation. Dies spart interne Kosten, bringt Zeit für lukrative Aufträge und schafft direkt Vertrauen bei der Bank.