



Fachgroßhandel Köstner setzt auf konsequente Kundenorientierung

Der Handwerker als echter Partner

Wie kann man sich als mittelständisches Fachgroßhandelsunternehmen in Zeiten behaupten, die von Themen wie Preiskampf und Konzentration geprägt sind? Die Antwort darauf lautet beim mittelständischen Handelshaus Richard Köstner in 91413 Neustadt/Aisch: konsequente Kundenorientierung mit einem hohen Maß an Leistung, Kompetenz und Servicebereitschaft. In der Praxis bedeutet dies, daß das Handelshaus alles daran setzt, die SHK-Handwerker zu unterstützen und zu fördern.

Der Geschäftsführer der Fachgroßhandlung Richard Köstner, Dr. Norbert Teltschik, ist davon überzeugt, daß künftig nur erfolgreich sein kann, wer die richtigen Partner hat. Dr. Teltschik weiter: „Gute Partner fördern sich gegenseitig und ihre Zusammenarbeit ist langfristig. In unseren Unternehmensleitsätzen bekennen wir uns klar zur Partnerschaft nach innen und außen, also zu unseren Mitarbeitern,



Die unmittelbar benachbarten Bäder- und Küchenausstellungen der Neustädter Fachgroßhandlung Köstner dehnen sich auf ca. 700 m² bzw. 200 m² Fläche aus. 1999 wurde sie komplett umgebaut

Kunden und Lieferanten.“ Wie diese Grundsätze mit Leben gefüllt werden, kann man bei einem Besuch im mittelfränkischen Neustadt/Aisch erleben. Dort steht vor allem der Firmenkomplex in der Karl-Eibl-Straße im Mittelpunkt des Geschehens. Untergebracht sind auf diesem Areal – außer der Verwaltung und der Eisenhalle – der Fachmarkt für Eisenwaren, Werkzeuge etc. sowie ein Abholmarkt für Sanitär- und Heizungsprodukte. Beide Einrichtungen werden von den SHK-Handwerkern sehr gerne und intensiv genutzt. Zum Unternehmen gehören außerdem ein Stadtgeschäft in der Wilhelmstraße, das 1934 die Keimzelle der Firma war, sowie seit 1998 eine Niederlassung in Ansbach mit Sanitär-, Heizungs- und Bedachungsprodukten. Insgesamt werden rund 140 Mitarbeiter beschäftigt, und rund ein Drittel des Umsatz liegen im Sa-

nitär- und Heizungsbereich. Die großen Mitbewerber im SHK-Großhandelsbereich – wie Richter & Frenzel oder Gienger – sitzen übrigens etwa 40 Autominuten entfernt in Nürnberg.

Kompetentes Bad-Beratungsteam

Schmuckstück des Neustädter Areals ist sicherlich die Bäder- und Küchenausstellung, die sich auf ca. 700 m² bzw. 200 m² Fläche ausdehnt und 1999 komplett umgebaut wurde. So ist z. B. seit Ende letzten Jahres auch ein 50 m² großes „House of Villeroy &

In der Bäder-Ausstellung können die Kunden in Wannenmodellen aus unterschiedlichen Materialien probesitzen. Auch Geschäftsführer Dr. Norbert Teltchik und Abteilungsleiter Karl Vogel fühlen sich dabei sichtlich wohl



Boch“ Bestandteil der Bäderausstellung, das als Blickfang und als Ergänzung zum vorhandenen Konzept eingesetzt wird. Auf das „House“ war man bei einem Werksbesuch in Mettlach aufmerksam geworden. Ein entscheidendes Kriterium für die Umsetzung in Neustadt war, daß das Konzept auch die mitgereisten Handwerker überzeugte. Denn die meisten Kunden des Fachgroßhandels müssen sich auf das Beratungsteam und die Qualität der Bäderausstellung verlassen können, da nur ganz wenige SHK-Betriebe über eine eigene Ausstellung verfügen. Im Sinne einer funktionierenden Partnerschaft setzen Abteilungsleiter Karl Vogel und sein Beraterteam alles daran, den Handwerkern das Gefühl zu vermitteln, daß ein Kunde, der zur Beratung kommt, gut aufgehoben ist. Manchmal ist dieses Vertrauen – im ein oder anderen Fall ist es wohl auch Bequemlichkeit – selbst Karl Vogel etwas zuviel. So bedauert er es, daß sich nur wenige Handwerker die Zeit nehmen, den Kunden beim Beratungsgespräch zu begleiten. Denn: „Gemeinsam könnten wir einfacher und zum Teil auch höherwertiger verkaufen, da der Endkunde zum Handwerker in der Regel ein größeres Vertrauensverhältnis hat als zum Ausstellungsberater. Während dieser tendenziell eher als Verkäufer wahrgenommen wird, betrachten viele Kunden den Handwerker eher als eine Art neutralen Fachmann. Schließlich haben sie sich ihn ja selbst ausgesucht.“ Um das Beratungsgespräch dennoch effizient und effektiv für alle Beteiligten zu gestalten, legt Vogel zum einen sehr viel Wert auf eine fundierte Ausbildung und regelmäßige Schulungen seines Teams. Ein weiterer, zentraler Erfolgsfaktor für die Badberatung ist der regelmäßige und intensive Kontakt mit den Handwerkern zwecks Umsetzbarkeit von Ideen und Gestaltungsvorschlägen. Da der Hausbesuch beim Badinteressenten vom Handwerker durchgeführt wird, ist ein gemeinsamer Gedankenaustausch

tausch im Vorfeld des Kundenbesuches unabdingbar. In bezug auf das Thema Komplettbad bietet der Großhändler auf Wunsch auch eine Zusammenarbeit mit einem Fliesenfachgeschäft an. Es versteht sich von selbst, daß eine derart aufwendige Badberatung, zu der auch eine Computerbadplanung gehört, sich nur dann rechnet, wenn aus dem Angebot auch ein Auftrag für die Firma Köstner wird. Aus diesem Grund wird jedes Angebot nachverfolgt.

Erfahrungsaustausch und Problemlösungen

Getreu dem Leitspruch: „Die Aufgabe des Großhandel ist es, den Handwerker in bezug auf seine Beratungskompetenz zu unterstützen und zu fördern“ organisiert die Firma Köstner regelmäßig Schulungsveranstaltungen gemeinsam mit der Industrie. Meist werden zwei Themen im hauseigenen Schulungsraum oder im Saal einer Gastwirtschaft an einem Abend behandelt, wobei man bei der Auswahl auf die Wünsche der Handwerker eingeht. Daß dieses Angebot sehr gerne genutzt wird, bestätigt die Resonanz mit regelmäßig 50 bis 80 Teilnehmer. Neben dieser eher produktbezogenen Informationsvermittlung ist zusätzlich eine Schulung mit verkäuferischem Know-how speziell für Monteure geplant. Gemeinsam mit dem Einkaufsverband E/D/E hat der Fachgroßhändler 1999 außerdem das Marketingkonzept „Die Aktiven – Fachgemeinschaft Bad und Heizung“ eingeführt. Ziel dieser Initiative ist es, ihre Mitglieder aus Fachgroßhandel und Handwerk beim Ausbau von Wettbewerbsvorteilen zu unterstützen. Zum Konzept gehören z. B.

gemeinsame Vermarktungsaktionen, Gemeinschaftswerbung, exklusive Werbemittel, Versicherungsdienstleistungen, ein Schulungs- und Seminarprogramm etc. Im Seminarraum der Fachgroßhandlung treffen sich inzwischen regelmäßig 20 Handwerker zum Gedanken- und Erfahrungsaustausch über ihre Zukunftsstrategien. Daraus erwachsen dann konkrete Maßnahmen wie z. B. die Weiterbildung zum Fachmann für Regenwassernutzung.

Und noch etwas ist bei Köstner anders als bei vielen Mitbewerbern: Die Außendienstmitarbeiter besuchen die Handwerker in der Regel nicht um Aufträge zu schreiben. Denn der Bestellvorgang läuft meist ohnehin per Fax, da alle Bestellungen, die bis 8 Uhr eintreffen, noch am selben Tag ausgeliefert werden. Gefragt sind statt dessen Kontaktpflege sowie unbürokratische und direkte Hilfe. Da verblüfft es dann nicht, wenn der mittelständische Großhändler auch einen Heizungstechniker beschäftigt, der den Handwerker bei Problemen kompetent unterstützt, bevor der Werkskundendienst des Herstellers verständigt wird. – Es bleibt das Fazit, daß SHK-Fachgroßhandlungen, die eine Kundenorientierung wie die Firma Köstner praktizieren, sich nicht nur die Basis für den eigenen Erfolg sichern, sondern den dreistufigen Vertriebsweg und die gesamte Branche vorwärtsbringen. JW



Direkt im Eingangsbereich der Fachgroßhandlung wird den Besuchern die Liste mit den 20 SHK-Handwerksfirmen präsentiert, die Mitglieder im „Aktiven“-Kreis sind