



Die inzwischen über 100 aktiven SIMBA-Betriebe waren anlässlich der Hauptversammlung bei Duscholux zu Gast

Dritte SIMBA-Hauptversammlung

Einzelhandelsfunktion en gros

Ziel der SIMBA's ist es, ein europäisches Bollwerk gegen Mittelstandsauflösung und Markenauflösung zu sein. Dabei setzen die agilen Sanitärinstallateure mit Badausstellung voll auf eine faire und starke Partnerschaft mit Herstellern und Handel. Selbstverständlich ohne die eigene Selbständigkeit zu verlieren. Wie weit die Löwen mit ihren oft unkonventionellen Lösungsansätzen gekommen sind, präsentierten sie auf ihrer dritten Hauptversammlung.

Um's vorwegzunehmen, inzwischen hat sich der SIMBA e. V.* (SBZ 15/96 und 20/96) von einer kleinen, eingeschworenen Gemeinschaft zu einem beachtlichen Zusammenschluß entwickelt, der Marktpartnern einiges zu bieten hat. Die Gruppe repräsentiert über 100 Unternehmen – darunter branchenbekannte Einzelhandelsaktivisten und Großfirmen – mit rund 18 000 m² Ausstellungsfläche, über 2000 Mitarbeitern und einem Materialbedarf von annähernd 180 Millionen DM.

Die Produkttätigkeitsstruktur der Mitglieder hat mit fast 60 Prozent ihren Hauptanteil im

Gewerk Sanitär. Danach folgen Heizung mit 37 Prozent und Lüftung mit 3 Prozent. Interessant ist auch, daß sich der typische SIMBA-Betrieb mit gut der Hälfte seiner Kapazität der Renovierung widmet. An zweiter Stelle folgen Kundendienstarbeiten mit nur noch knapp 21 Prozent. Objektbereich und Lohnarbeiten laufen mit 13 bzw. 7 Prozent nur am Rande mit.

Also allesamt aktive Dienstleister mit Schwerpunkt in zukunftsreichen Marktsegmenten. Gut verständlich, daß immer mehr Unternehmen die Partnerschaft mit dieser vielversprechenden Gruppe suchen. So ist auf Seite der Industriepartner Sanit-Chemie als neues Mitglied neben Ardino, Dornbracht, Duscholux, Duravit, Hansgrohe, Hoesch, Hüppe, Keramag, Keuco

* SIMBA e. V. – Die Gruppe moderner Sanitär-Installateure mit Bad-Ausstellung, Am Herrschaftsweiher 6, 67071 Ludwigshafen; Fax (0 62 37) 13 77



So locker der interne SIMBA-Umgang ansonsten auch ist, bei der Arbeit „rauchen“ die Köpfe



Jürgen Hornig beglückwünscht Heiko Wezel aus Frohburg als Nachfolger des zurückgetretenen 2. Vorstandes Werner Weick und Martin Müller aus Bonn als neues Verwaltungsratsmitglied zur einstimmigen Wahl

Ersatzteilversorgung dient ein spezieller Ersatzteilkoffer.

Ein weiteres Verkaufsargument für die Vereinigung aktiver Sanitärinstallateure liefert der Hersteller mit einer gesplitteten Garantie. Diese wird nämlich nur bei Einbau der Armaturen durch den SIMBA-Installateur von zwei auf fünf Jahre erhöht.

Auch Hansgrohe bietet den SIMBA's inzwischen Exklusivleistungen die Durchschnittsinstallateuren nicht zugänglich sind, wie die Axor-Collagen-Sammlung oder das

UNO-Ideen-Buch. Alle Industriepartner gemeinsam haben schon heute ihre Unterstützung zur SIMBA-ISH-Präsentation zugesagt.

Weitere Forderungen, die die SIMBA's an ihre Industriepartner richten, sind z. B. eine direkte Hotline, die Möglichkeit der Direktbestellung im Werk, eine VIP-Betreuung, Vorabinfos über Produkte und Maßnahmen, eine schnellere Ersatzteilversorgung sowie Sonderkonditionen für die Ausstattungs-gestaltung.



Zusätzlichen Bedarf schaffen

Bereits verwirklicht wurde das SIMBA-Leichtkaufsystem. Grundlage ist die Rahmenvereinbarung mit einer namhaften Bank, die kurz- und mittelfristigen Laufzeiten bei Beträgen bis 75 000 DM oder längerfristigeren Finanzierungen zu Hypothekenkonditionen ab 50 000 DM vorsieht. Dabei können die Kosten für die Baderneuerung entweder separat finanziert werden oder Teil einer größeren Renovierungsmaßnahme sein.

Für die SIMBA's heißt das, daß sie Aufträge sofort sichern können, auch wenn der Kunde noch nicht über die erforderlichen Rücklagen verfügt. Außerdem entscheidet der Käufer sich leichter für eine qualitativ bessere Variante und erhöht damit den durchschnittlichen Auftragswert, wenn er den Rechnungswert ganz oder teilweise in bequemen Teilbeträgen zahlen kann.

Ziel ist, daß in Zukunft jedes Angebot des SIMBA-Installateurs grundsätzlich einen Finanzierungsvorschlag enthält. Die dazu benötigten Unterlagen – einschließlich Windowssoftware – liegen ebenso wie Formularvordrucke mit SIMBA-Logo und eine Hotline-Hilfe für die Sanitärinstallateure bereits vor.

und Sanipa beigetreten. Offizieller Sprecher der Industriegruppe ist Andreas Dornbracht, VGH-Geschäftsführer Karlheinz Bierlin vertritt die Interessen des Großhandel. Und auch der erhielt Verstärkung: Zusätzlich zur VGH ist jetzt die bundesweit vertretene GC-Gruppe SIMBA-Mitglied und damit ebenfalls bevorzugter Ansprechpartner der Handwerkslöwen.

Diese hielten ihr Versprechen und decken schon heute den überwiegenden Teil ihres Bedarfs (rund 5 Millionen DM Keramik, 4,6 Millionen DM Armaturen, 1,6 Millionen DM Accessoires, 5,3 Millionen DM Duschabtrennungen, 4,6 Millionen DM Badmöbel, 1 Million DM Stahl- und 5,2 Millionen DM Acrylwannen) bei Förderkreismitgliedern.

Nur für Mitglieder

Auch die Industrie kommt mit ihren Zusagen in die Gänge. Nach dem SIMBA-Badmöbel von Ardino präsentierte Andreas Dornbracht im November letzten Jahres das zweite, europaweite Exklusivprodukt für

die SIMBA's: Das Novus-Armaturenprogramm ist mit 335,50 DM (Brutto plus MwSt.) für den verchromten WT-Mischer im oberen Mittelsegment angesiedelt und beinhaltet Einhandmischer für Waschtische und Bidets sowie Auf- und Unterputz-Wannenfüll- und Brause-Batterien. Die zwei Farbvarianten Chrom und Bicolor sollen 85 Prozent des Marktes abdecken. Bei Bedarf ist aber jede andere Oberfläche vom Hersteller lieferbar. Zur Absicherung der



Neben Ardino liefert jetzt auch Dornbracht Exklusivprodukte für die SIMBA's. Andreas Dornbracht überreichte das Novus-Muster persönlich an den Oberlöwen

Den Fuß in der Tür

Ebenfalls fertig ist jetzt die zwölfseitige Broschüre „Bad-Reportage“, der Kern der SIMBA-Werbung. Viermal im Jahr zeigt sie individuelle Bad-Lösungen, die von SIMBA-Partnern realisiert wurden, angereichert mit allen Leistungsmerkmalen der Vereinigung, ausführlichem Firmeneindruck sowie teilweise individueller Gestaltung der Rückseite. Um kompetent in die ständig ablaufenden Entscheidungsprozesse um das Bad zu stoßen, soll sie an ausgewählte Haushalte verteilt werden. Zusätzlich sind inzwischen fünf Rundfunkspots à 30 Sekunden für zusammen 980 DM inklusive Sendekopie sowie 12 Tageszeitungs-Anzeigenmotive im Format 90 x 180 mm zum Setpreis von 80 DM von den Mitgliedern abrufbar.

Nägel mit Köpfen wurden auch bei dem ersten SIMBA-Exklusiv-Seminarprogramm für 1997 gemacht. Den ein- bis dreitägigen Seminaren Professioneller Verkauf, Innen- und Außenmarketing, Innovative Badgestaltung, Der SIMBA als Generalunternehmer, Licht, Duft und Musik zur Bad- und Ausstattungs bereicherung, Collagentechnik, Qualitätsprüfung von Badmöbeln sollen kurzfristig weitere folgen. Naturfliesen, Servicemanagement, Reklamationsbearbeitung, Das virtuelle Bad, Technik für Unbedarfte, Design verkaufen und Accessoires – das oft unterschätzte Geschäft mit den „Kleinteilen“ sind Themen, die den Mitgliedern am Herzen liegen.

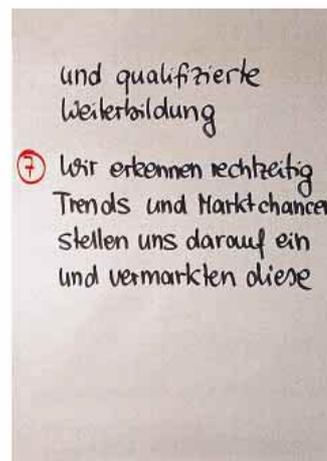
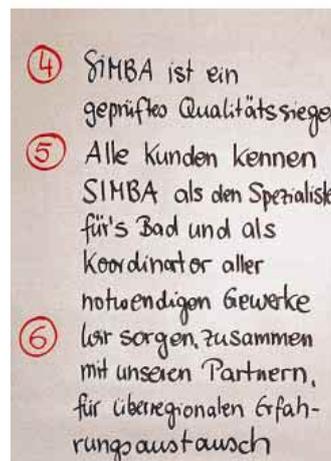
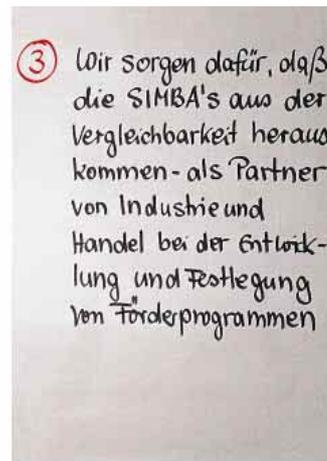
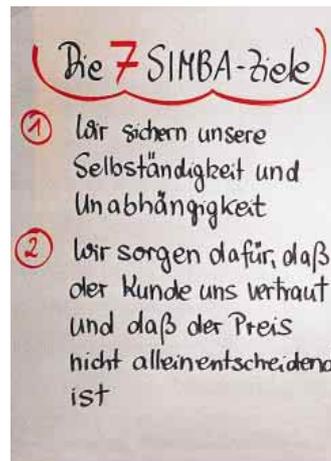
Gemeinsam stark

Zur Frage des gemeinsamen Einkaufs laufen momentan zwei Fragebogenaktionen über EDV- und Kfz-Strukturen der Mitgliedsbetriebe, die Sinn und Zweck des SIMBA-Zentraleinkaufs oder von Rahmenabschlüssen bei Herstellern feststellen sol-

len. Den SIMBA-Partnern soll das neben Kostenreduzierungen und einem geschlossenen Auftritt vor allem mehr Zeit für das Wesentliche im Betrieb schaffen.

Rechnen könnte sich das Ganze, denn die Vereinigung hat einen Jahresbedarf von rund 100 Nutzfahrzeugen und 50 Pkw im

tungs- und Konfigurationsbeispiele für Einzel- und Mehrplatzsysteme im kaufmännischen, verwaltenden und technischen Bereich liegen bereits vor. Weitere Bündelungspotentiale ergeben sich bei Maschinen, Arbeitskleidung, Versicherungen, Telefon, etc.



Wert von 4,2 Millionen DM. Angedacht ist auch die Auslieferung komplett zugelassener Fahrzeuge. So sollen Anschaffungs-, Versicherungs-, Telefon-, Funk-, Einrichtungs- und Werbekosten minimiert sowie Regiezeiten reduziert werden. Auch die feste Budgetplanung durch Risikoausschluß mittels Vollservicevertrag ist dadurch möglich.

Gemeinsame EDV-Lösungen oder gar die Entwicklung gemeinsamer Software vereinfacht darüber hinaus den Daten- und Informationsaustausch über ISDN untereinander. Besonders im Bereich der Produkt- und Preispflege verspricht man sich Einsparungspotentiale. Detaillierte Ausstat-

Durchdachte Linie

Erste Auszüge aus dem Handbuch Badsanierung präsentierte der Arbeitskreis 3. Hierbei handelt es sich um eine Art Organisations- und Ablaufschema, das die Badsanierung als Flußschema detailliert darstellt. Es soll verhindern, daß verschiedene SIMBA-Partner das „Rad mehrmals erfinden“ und dient als Grundlage für die angestrebte TÜV-Prüfung. Checklisten zum Thema Kundenanfragen und Auftragsvorbereitung mit Daten zu Kunde, Baustelle, benötigten Gewerken, Materialauszügen, Kalkulation, Angebotseinholung, Preisspiegel, Submissionsergebnis, Montagepläne sowie Terminabläufe liegen bereits vor.

Keinesfalls wollen sich die Löwen aber mit dem Erreichten zufriedengeben. Gibt es doch für die kreative Gruppe noch viele heiße Themen, die es anzupacken gilt. So vermißt man z. B. die Partnerschaft mit Fliesenherstellern, Badmodule in verschiedenen Preiskategorien für die Ausstellung, Jahresabschlüsse mit Lieferanten, eine eigene Internet-Homepage sowie eine gemeinsame SIMBA-Hotline. Auch das barrierefreie Bad und das Hotelbad sollen künftig verstärkt bearbeitet werden. Weitere Anregungen sollen von den regionalen Erfahrungsgruppen kommen, die unter dem Namen Simbavision stattfinden. Und last but not least stehen sogar schon die ersten Termine in der Schweiz, Österreich und Holland für den europaweiten Auftritt der starken Gemeinschaft. □