



Neuer SHE-Fachmarkt zielt auch auf Handwerker

## Neues Konzept, neue Chance

*Am 7. Mai eröffneten Hans und Ralph Klaiber in Tuttlingen ihren „MegaTech“-Fachmarkt für Sanitär, Heizung und Elektro mit einem umfassenden Dienstleistungsangebot. Praktische Erfahrungen in diesem Bereich konnten die beiden Unternehmer aus dem SHK- und Elektro-Bereich bereits mit ihrem Fachmarkt für Elektrogeräte und Unterhaltungselektronik sammeln.*

Wer zum ersten Mal den neuen „Mega-Tech“-Fachmarkt der Firma Klaiber in Tuttlingen ansteuert, erlebt ein paar Überraschungen. Zunächst findet man sich auf einem für SHK-Betriebe völlig untypischen Gelände mit 350 Parkplätzen wieder. Und anschließend reibt man sich verwundert die Augen. Denn das riesige Firmengelände wird von einer blau-weißen Fassade beherrscht, die sich unzweifelhaft als Teil eines Fachmarktes für Unterhaltungselektronik und große Elektrogeräte erkennen läßt. „Mega-Company“ heißt dieser Markt, der auf rund 2000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und 1000 m<sup>2</sup> Lagerfläche Waschmaschinen, Fernseher, Hifi-Geräte, Computer, Fotoapparate etc. bietet. Erst wer seinen Blick auf den rechten Teil des Gebäudekomplexes richtet, erkennt die etwas vertrauteren Begriffe „Küche + Bad“. Dieser Gebäudeteil beherbergt 900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für ein Küchenstudio, ergänzt um Badmöbel und Badeinzellösungen. Links an „Mega-Company“ schließt sich zunächst der Bürogebäudebereich der Firma Klaiber an, bevor sich dann am Ende der langgestreckten Zeile das separat errichtete Gebäude des „Mega-Tech“-Fachmarktes für Sanitär, Heizung und Elektro erhebt.

### Wie paßt dies alles zusammen?

Der am 7. Mai 1998 eröffnete „Megatech“-Fachmarkt ist das jüngste Einzelhandelkind des Gas- und Wasserinstallateurmeisters Hans Klaiber (58). Mit im Boot der Unternehmensleitung ist Sohn Ralph (28), der nach seiner Ausbildung zum Elektriker Wirtschaftsingenieurwesen studiert hat. Kundenorientierung mußten die Klaibers nicht erst einführen, da sie seit der Betriebsgründung am 1. Mai 1957 gelebt wird. Die obersten Prämissen von Hans Klaiber und seinem Vater waren schon damals Zuverlässigkeit und Pünktlichkeit. Terminabsprachen mit den Kunden wurden nicht nur vereinbart, sondern auch eingehalten. Und kam es einmal zu Verschiebungen, wurden die Kunden entweder telefonisch darüber

informiert oder Hans Klaiber fuhr am Vorabend mit seinem Moped bei den Kunden höchstpersönlich vor, um sie zu informieren und mit ihnen gemeinsam einen neuen Termin abzustimmen.

Im Laufe der Jahre wuchs der Handwerksbetrieb für Sanitär und Klempnerei. Dabei entwickelte sich – ausgelöst durch leidvolle Erfahrungen – zusätzlich die Elektroinstallationsbranche. Hans Klaiber stellte nicht nur einen Elektromeister ein, sondern absolvierte Ende der 60iger Jahre außerdem seine Gesellenprüfung als Elektriker. Im Laufe der folgenden Jahre wurde die Elektroseite dann immer stärker.

## Die vier Säulen des Unternehmens

Die Einzelhandelsaktivitäten begannen ebenfalls recht früh. Nach dem Umzug an den Rand der Innenstadt von Tuttlingen, wurde 1961 das Ladengeschäft eröffnet, das von Hans Klaibers Ehefrau geleitet wurde. Schon von Beginn an gab es im Laden ein Küchenstudio sowie einen Verkaufsbereich mit Waschmaschinen und Elektro- groß- und -kleingeräte. Später kam dann noch die Unterhaltungselektronik hinzu. Nach mehreren Erweiterungen vergrößerte man im Jahr 1985 über 1100 m<sup>2</sup> Fachgeschäft auf vier Stockwerke. Trotz dieser für Tuttlinger-Verhältnisse großen Fläche und trotz der günstigen Preise wurde der Laden von den Kunden als (teures) Fachgeschäft und nicht als (preiswerter) Fachmarkt wahrgenommen. Hans Klaiber registrierte dies, und machte sich auf die Suche nach einem Standort mit Zukunft. Eine vom Oberbürgermeister vorgeschlagene Lösung im neuen Gewerbegebiet lehnte er ab. Denn „Wo gearbeitet wird, wird nicht eingekauft.“ Statt dessen liebäugelte Klaiber mit einem Platz im Einkaufsgebiet von Tuttlingen Nord. Nach jahrelangem hartnäckigem Bohren und vielen Mühen erwarb er dann dort tatsächlich ein freierwerdendes, 20 000 m<sup>2</sup> großes Grundstück. Im August 1995 wurde auf dem heutigen Gelände das



Die Macher des Tuttlinger „MegaTech“-Fachmarktes: Hans und Ralph Klaiber (von rechts)

### Info + Info + Info

Klaiber  
Daimlerstr. 15–25  
78532 Tuttlingen  
Tel.: (0 74 61) 93 58-0  
Fax: (0 74 61) 93 58 21

Küchenstudio eröffnet und im November „MegaCompany“, der Fachmarkt für Unterhaltungselektronik und Elektrogeräte. Danach folgte der Umzug des Haustechnikbereichs. Heute besteht die Firma aus vier Bereichen bzw. Unternehmen: – die Klaiber GmbH & Co. KG betreibt den „MegaCompany“, ein

Fachmarkt-konzept der Interfunk (40 Mitarbeiter) – Klaiber Küche & Bad GmbH (10 Mitarbeiter) – die Klaiber Haustechnik GmbH umfaßt den kompletten Servicebereich sowie die Handwerker der Bereiche Sanitär, Heizung, Elektro, Radio-Fernsehtechnik (15 Mitarbeiter). Die Küchenmonteure sind bei „Küche & Bad“ eingegliedert – die „MegaTech“-Fachmarkt GmbH & Co. für Sanitär, Heizung, Elektro ist die vierte Säule (ca. 4 Mitarbeiter)

Ein regelmäßiger Werbeauftritt mit Aktionsangeboten soll Kunden anlocken



## Innungsbeteiligungen scheiterten

Hans und Ralph Klaiber lenken nicht nur die Geschicke des neuen „MegaTech“, sondern sie haben auch die komplette Finanzierung des Projektes übernommen. Fast wäre es ganz anders gekommen. Denn im Rahmen der Eröffnung des FSH-Fachmarktes in Villingen-Schwenningen zu Jahresbeginn wurde Hans Klaiber vom Obermeister der Tuttlinger SHK-Innung an-



*Kabel und Schlauchmaterial gibt es auf Wunsch in jeder gewünschten Länge*

gesprochen, der die Gründung eines Fachmarktes in Tuttlingen unter der Beteiligung von Innungsmitgliedern als Gesellschafter anregte. Klaiber ließ daraufhin die Katze aus dem Sack und stellte das von ihm entwickelte Konzept in den beiden Innungen SHK und Elektro vor. Klar war von vornherein, daß der Markt eröffnet wird. Der Unternehmer war aber bereit, das Projekt mit den Kollegen gemeinsam zu realisieren. Seine einzige Prämisse: Damit die gesamte Abwicklung für alle Beteiligten Sinn machte, sollte aus dem Kreis der Innungsmitglieder etwa die Hälfte des Kapitalbedarfs (ca. 450 000 DM) aufgebracht werden. Zunächst schien das Projekt mit 17 interessierten Firmen aus dem SHK- und mit sieben aus dem Elektro-Bereich ein Erfolg zu werden. Als es allerdings konkret wurde, kam die Ernüchterung. Denn zur Schlußbesprechung traten nur noch zehn SHK- und ein Elektro-Kollege an. Trotz intensiver Be-

mühungen wurde die Investitionssumme nicht erreicht, und die Klaibers realisierten den Markt daraufhin in Eigenregie.

## Sehr sensible Preiskalkulation

Das Konzept des „MegaTech“ basiert auf den Erfahrungen des Seniorchefs, der in den letzten 10 Jahren die Entstehung und Entwicklung von Elektrofach- und Baumärkten sowie die Veränderungen im Kaufverhalten der Endverbraucher intensiv beobachtet hat. So hat er u. a. zahlreiche neu eröffnete Märkte besucht und sie auf Stärken und Schwächen hin abgeklopft. Hinzu kommt, daß Hans Klaiber schon seit 27 Jahren einen regelmäßigen und intensiven Erfahrungsaustausch in einem Kreis von bis zu 15 Unternehmerkollegen mit Elektrofachmärkten pflegt. Basierend auf diesem Hintergrund und auf den konkreten Erfahrungen mit „MegaCompany“ wurde das „MegaTech“-Konzept entwickelt. So ist es dann auch nicht verwunderlich, wenn in beiden Namen das Trend-Wort „Mega“ vorkommt. Es signalisiert den Kunden ein sehr großes und preiswertes Angebot.

Im Unterschied zum in der Nähe angesiedelten Praktiker-Baumarkt setzt der Fachmarkt zum einen auf Markenartikel in Handwerkerqualität. „Die Materialbeschaffung erfolgt weitestgehend über den dreistufigen Vertriebsweg“, erläutern die „MegaTech“-Chefs. „Der Großhandel wird in das Gefüge miteinbezogen und liefert zu günstigen Bedingungen...“ Und wie sieht die Kalkulationstrategie der beiden Macher aus? „Unsere Preise sind generell günstiger als die in der Großhandelsliste. Außerdem haben wir Produkte und Preise der umliegenden Baumärkte erfaßt und uns bei vergleichbaren Artikeln darunter gelegt. Obwohl wir teilweise preisaggressiv sind, wird sehr sensibel kalkuliert. Denn wir kennen unsere Kostenstruktur sehr genau.“ Im Unterschied zu den meisten Baumärkten werden im „MegaTech“ z. B. Kabel, Schläuche und Rohre auf die vom Kunden gewünschte Länge zugeschnitten. Selbstverständlich ist auch, daß z. B. Fittings für Wasserleitungen nicht im Mehrfachpack sondern einzeln verkauft werden. Und: Überzähliges Material kann in ordentlichem Zustand problemlos zurückgebracht werden.

## Zielgruppe sind auch Handwerker

Bei der Auswahl der Produkte für den Fachmarkt wurde zudem darauf geachtet, daß sich die Materialien vom Heimwerker mög-

lichst problemlos und leicht verarbeiten lassen. Ausgerichtet ist das Abholsortiment für die Selbstbauwilligen zudem so, daß es verschiedene Umsatzträger integriert, die eine gewisse Unabhängigkeit vom Neubau- oder Umbaugeschäft des Handwerksbetriebes bieten. Dazu gehören vor allem WC-Sitze, Brausen und Zubehör, Spiegelschränke sowie Duschabtrennungen als Ersatzbeschaffung.

Doch nicht nur auf die Heimwerker ist das Produktangebot des Fachmarktes ausgerichtet. Auch Handwerker verschiedener Gewerke wie Maler, Gipser, Zimmerleute, Schreiner etc. sollen angesprochen werden. Denn auch sie benötigen Bohrer, Schrauben, Schleifscheiben, Kabel, Schlauch oder



*Übersichtliche Selbstbedien-Präsentation des WC-Sitzangebotes*

auch mal ein Elektrowerkzeug. Meist brauchen sie diese Dinge kurzfristig und zu Zeiten, wo Fachgeschäfte längst geschlossen haben. Bisher blieb in solchen Fällen nur der Weg in den Baumarkt. Mit seinen kundenfreundlichen Öffnungszeiten (Mo-Fr: 8.00–20.00 Uhr; Sa: 8–16 Uhr) bietet der „MegaTech“ den Handwerkern eine echte Alternative.

Eine weitere Stärke des Fachmarktes im Vergleich zu den Baumärkten ist die Fachberatung: So ist Marktleiter Jürgen Schutzbach SH-Techniker, Heizungsbaumeister und Betriebswirt des Handwerks. Unterstützt wird er im Verkauf von einem Elektroinstallateur und einer Gas- und Wasserinstallateurin sowie von einem markterfahrenen Kaufmann.

## Starkes Dienstleistungsangebot

Die Hauptstärke dürfte wohl das umfassende Dienstleistungsangebot sein. „MegaTech“ bietet zum Beispiel im planerischen Bereich Wärmebedarfsberechnung, HK-Auslegung, Rohrnetzberechnung, Planung



Marktleiter Jürgen Schutzbach präsentiert ein umfassendes Heizungsangebot

von Sanitär- und Elektroanlagen. Selbstverständlich alles gegen Bezahlung, wobei es im Auftragsfall eine Gutschrift gibt, deren Höhe sich am Auftragsvolumen orientiert. Außerdem kann der Kunde alle notwendigen Werkzeuge (z. B. Preßwerkzeuge) mieten. Sollte er aus welchen Gründen auch immer Montageunterstützung vom Profi brauchen, ist dies nie ein Problem – egal in welchem Stadium. Der Kunde wird von „MegaTech“ nicht allein gelassen. Im Bedarfsfall vermittelt der Fachmarkt die handwerklichen Leistungen an Klaiber Haustechnik, die ihre Monteure loschicken. Übrigens: Für diese Einsätze wird kein erhöhter Stundensatz berechnet. Zur Unterstützung der Kunden gehören außerdem die Anmeldung und Verlegung von Gas- und Abgasleitungen, die Elektro-Verdrahtung, Stromkreismessung und die Zähleranmeldung.

## Woher kommen die Kunden?

Das Angebot ist da, doch wie motiviert man die Kunden zum Kommen? Nicht gerade ideal ist, daß die Stadt Tuttlingen nur etwa 35 000 Einwohner zählt. Mit erweitertem

Einzugsgebiet sind es etwa 60 000–70 000 Einwohner. Mit „MegaCompany“ hat Klaiber bewiesen, daß man mit massiver Werbung, stimmigem Angebot, passendem Ambiente und fairem Preis auch viele Käufer im Umkreis von 20–25 km anziehen kann. Aus diesem Grund werden hohe Summen

in die regelmäßige Bewerbung des „MegaTech“ investiert (1999 sind ca. 100 000 DM geplant). Alle 14 Tage erscheinen dazu im Wechsel zwischen Tageszeitung und regionalem Anzeigenblatt Anzeigenmotive mit Aktionspreisen für bestimmte Produkte, wobei die Sonderpreise nur bis zum Erscheinen der nächsten Anzeige gültig sind. Denn: „Man muß die Kunden so erziehen, daß sie sich in Bewegung setzen, wenn die Werbung erscheint. Ähnlich wie bei Aldi“, erläutert Hans Klaiber. „Der Kunde muß das Gefühl haben, daß er etwas wichtiges verpaßt, wenn er sich das Angebot nicht anschaut.“ Ist der Kunde erst einmal



Mit Elektro-Werkzeugen und dem notwendigen Zubehör ist der „MegaTech“ auch für Handwerker attraktiv

im Markt, soll er sich mit seinem Einkaufswagen frei im Markt bewegen können. Dezent werden in der Nähe der Aktionsartikel sogenannte Aufstiegsangebote präsentiert, die Mehrnutzen bieten und höherpreisig sind. Den richtigen Zeitpunkt für den Einsatz einer Beratung kennt der Seniorchef ganz genau: „Im Fachmarkt läßt man den Kunden zunächst alleine schauen, aussuchen und vergleichen. Dabei behält ihn der Berater aufmerksam im Auge, um in dem

Moment, wo sich der Kunde hilfeschend umschauf, präsent zu sein.“

Hilfestellung in bezug auf die Erhöhung des Bekanntheitsgrades könnte es außerdem vom Bereich „Küche & Bad“ geben, wo es an jedem Sonntag einen Tag der offenen Tür gibt (von 13.00–17.00 Uhr) – immer flankiert von der entsprechenden Anzeigenwerbung.

## Weitere Expansion geplant

Die beiden Unternehmer planen mit einer Anlaufzeit von ein bis zwei Jahren, bis der Markt richtig läuft. Ab dem Jahr 2000 soll er dann schwarze Zahlen schreiben. Schon ein paar Tage nach der Eröffnung zeichnet sich ab, daß die Haustechnik-Abteilung personell aufgestockt werden muß, da die Kunden an Teilleistungen durch die Profis stark interessiert sind. Diese Personalaufstockung ist zudem notwendig, da die Klaibers – aufgrund verstärkter Kundenanfragen nach Komplettbädern (inklusive Montageleistung) – die Küchenausstellung um ein Bäderstudio erweitern wollen. Denn bisher sind im Bereich „Küche & Bad“ fast ausschließlich Badmöbel und Waschplatzlösungen integriert. Hans und Ralph Klaiber sehen ihre Einzelhandelsaktivitäten als einzigen Ausweg, um dem Schicksal als Lohnschrauber für Obi & Co. zu entgehen. Hans

Klaiber: „Warum interessieren sich denn Branchenfremde und Baumärkte für unsere Branchen? Weil sie genau wissen, daß dort ein paar Prozentpunkte Spanne mehr zu erzielen sind als in anderen Bereichen. Dazu werden diese Unternehmen genau das machen, was der Markt verlangt. Und sie haben momentan einfaches Spiel, weil sie merken, daß ein Großteil unserer Branche noch schläft.“ Wie vorausschauend die Firmenchefs planen, zeigt sich in der Tatsache, daß sich die Verkaufsflächen von „MegaCompany“ sowie „Küche & Bad“ bei Bedarf und ohne großen Aufwand um 50 % erweitern lassen. JW