

Simba-Hauptversammlung '98

Wahlen, Waren und Wahrheiten

In der Vergangenheit wurden die SIMBA's häufig als zahnlose Löwen betitelt. Daß Kauwerkzeuge und Krallen gewachsen sind, wollten sie bei der Hauptversammlung am 18. und 19. Juni zeigen. Deshalb waren in Göttingen deutliche Töne zu hören.

Mit hochgesteckten Zielen waren die SIMBA's* im Juni 1996 in Bad Dürkheim zu ihrer Gründungsversammlung angetreten. Die Selbständigkeit und Unabhängigkeit einzelhandelsaktiver Sanitär-Installateure mit Bad-Ausstellung sollte innerhalb des traditionellen Vertriebsweges gestärkt und gesichert werden. Dazu wurde mit Werbemaßnahmen, Exklusivprodukten, Organisations- und Verkaufshilfen, Schulungen sowie Rahmenabschlüssen für Betriebsmittel, Versicherun-

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



Die Organisation steht geschlossen hinter ihrem alten und neuen Oberlöwen Jürgen Hornig (Rechts vorne Hansruedi Schaub von der Schweizer Installateurvereinigung VSL)

gen und Dienstleistungen in den letzten zwei Jahren einiges auf die Füße gestellt.

Dennoch mußten sich die SIMBA's in der Vergangenheit häufig als zahnlose aber dafür um so lauter brüllende Löwen bezeichnen lassen. Als Gründe dafür werden vorrangig mangelndes Engagement und geschlossenes Auftreten der Mitglieder sowie die Achillesferse Materialbeschaffung genannt. Denn ohne konkrete Umsätze zählt in unserer Marktwirtschaft ein Geschäftspartner nun mal nicht viel. Den Defiziten in der Vereinszusammensetzung wurde zwischenzeitlich durch eine strengere Mitgliederauswahl

Rechnung getragen. 64 von den 103 SIMBA's waren in Anbetracht der heiklen Situation am 18. und 19. Juni zur diesjährigen Hauptversammlung angetreten. Jeder der nicht kam, muß 500 Mark in die vereinseigene Kasse entrichten.

Direktverkaufender Großhandel ist größter Konkurrent

Zwei Jahre nach der Gründungsversammlung standen in Göttingen nicht nur die Neuwahlen, sondern auch andere grundlegende Entscheidungen an. Hauptthema war dabei die Materialbeschaffung. Nicht nur, daß die Forderung nach mindestens 10 Prozent besseren Einkaufskonditionen für Ausstellungsinstallateure bisher einfach ignoriert wurde, laut Jürgen Hornig hätten viele Industrie- und Großhandelspartner die Chance zum Mehrgeschäft mit den SIMBA's nicht genutzt. Einige würden die Vereinigung sogar mit einem Ablaßhandel verwechseln und dem Trugschluß unterliegen, daß ein entsprechender Obolus in die Kasse von weiteren Leistungen befreit. Besonders vom Großhandel fühlt man sich über den Tisch gezogen. So ergab dann auch eine Umfrage bei den Mitgliedsbetrieben eindeutig, daß deren größtes Problem derzeit



Neugewählte SIMBA-Vorstandsmitglieder: v. l. 1. Vorsitzender Jürgen Hornig, Schatzmeister Martin Müller sowie die Beiräte Jörg Opper, Ralf Noll, Horst Langen und Peter Ullrich

nicht die Konkurrenz von Kollegen, sondern die vom Großhandel nebenan sei. Fast jeder verkaufe inzwischen direkt an Endkunden – teilweise mit 20 Prozent Abschlag auf die neuen Bruttolisten.

Und selbst den bislang noch weitestgehend vertriebswegstreuen Partner-Großhandlungsgruppen könne man nicht mehr blind vertrauen. So hätten Preisvergleiche ergeben, daß Angebote kleinerer regionaler Großhändler, bei denen teilweise sogar zum erstenmal angefragt wurde, preislich um bis zu 15 Prozent unter denen der GC- und VGH-Häuser lagen. Dort war man sich wohl ganz sicher, daß die Mitglieder nach der SIMBA-Empfehlung zum Einkauf bei den Fördergroßhändlern nicht mehr so genau nachrechnen.

Der Gipfel der Frechheit sei allerdings die Bruttopreislistenänderung. Hier berichteten SIMBA-Betriebe von versteckten Preiserhöhungen bis zu 25 Prozent. Auf welchem hohem Roß der Großhandel sitze, verdeutliche der Umstand, daß auf die gemeinsam mit anderen Kooperationen einzelhandelsaktiver Installateure ausgesprochene Drohung, andere Beschaffungswege zu nutzen, wider Erwarten keinerlei Reaktion erfolgte. Einzig die



Der 1350 Mark teure SCS (Simba-Collagenschrank) unterstützt die Mitglieder bei der Farb- und Oberflächenberatung



Mit 300 bis 1000 Mark teuren Modellbädern soll der Kundenauftrag so gut wie in der Tasche sein

Markenindustrie beeilte sich angesichts über die Alpen abwandernder Umsätze zu beteuern, daß sie für notwendige Änderungen Gewähr bei Fuß stünde.

Einkaufsgenossenschaft soll's bringen

„Damit das Kasperletheater endlich aufhört“, so Jürgen Hornig, „werden die SIMBA's das Warengeschäft in Zukunft wie andere erfolgreiche Kooperationen auch, selbst in die Hand nehmen.“ Dazu soll kurzfristig eine Einkaufsgenossenschaft als zentrale Verrechnungsstelle gegründet werden, die auch das Delkredere übernimmt. Nach dem Motto „Die Masse macht's“, will man mit dem gebündelten Materialbedarf der SIMBA's mehr Druck auf die Lieferanten ausüben. Neben besseren Konditionen sollen bei der Warenbeschaffung über die neue Genossenschaft zusätzliche Punkte für Seminare, bestimmte Produkte, Werbemittel etc. herauspringen. Ein Beispiel, wie's laufen kann, lieferte Hansruedi Schaub vom VSL. Die Schweizer Installateursvereinigung übernimmt die Beschaffung im dreistufigen Vertriebsweg für ihre Mitglieder bereits erfolgreich seit 15 Jahren.

Die nächsten SIMBA-Info-Treffen für potentielle Mitglieder:

- 17. 7. 98 in Leipzig
- 27. 8. 98 in Oberhausen
- 3. 9. 98 in München

Wie ernst es ihm mit der Einkaufsgenossenschaft ist, demonstrierte Hornig bei den turnusgemäß anstehenden Neuwahlen des Vorstandes für die nächsten zwei Jahre: Um dem Warenbeschaffungskonzept Nachdruck zu verleihen, koppelte er seine Kandidatur als erster Vorsitzender an die Entscheidung dafür.

Von ihrem Oberlöwen überzeugt, wählten die Mitglieder Jürgen Hornig einstimmig zum 1. Vorstand und verabschiedeten damit auch gleichzeitig das Konzept der Einkaufsgenossenschaft. Ebenfalls ohne Gegenstimmen wurden Haiko Wezel aus Froburg zum 2. Vorstand und Martin Müller aus Bonn zum Schatzmeister gewählt. Wie gehabt vertritt Andreas Dornbracht die Industriemitglieder und für den Großhandel spricht Karlheinz Bierlin von der VGH-Zentrale in Brühl. Im neugewählten Beirat sind mit Horst Langen aus Trier,

Ralf Noll aus Mettmann, Jörg Opper aus Braunatal und Peter Ullrich aus Bebra jetzt nur noch fünf Mitglieder. Somit schrumpfte der Verwaltungsrat von zwölf auf neun Personen. Den Gedankenaustausch der Mitglieder soll die Bildung regionaler Erfahrungsgruppen unterstützen. Vorerst wurden auf der diesjährigen Hauptversammlung über Deutschland verteilt fünf Stück davon ins Leben gerufen.

Geschwindigkeit ist keine Hexerei

Neben der Vorstellung des neuen Förderherstellers Judo, des Leitfadens Badsanierung, eines komprimierten Seminarprogrammes und der Werbeaktivitäten für das zweite Halbjahr, wurde den Mitgliedern der Simba-Collagenschrank, ein Bad-Modell sowie ein Lochblech-Badplanungssystem als Verkaufshilfen präsentiert. Zur Absatzförderung soll außerdem die SIMBA-Adressenliste der Publikumszeitschrift „Schöner Wohnen“ zur Veröffentlichung übergeben werden. Eine Landkarte mit den Standorten der einzelnen Betriebe ist ebenfalls in Arbeit. Sie soll auch im Internet gezeigt werden. Im Netz der Netze sind die SIMBA's unter <http://www.Simba-ev.de> erreichbar. Sogar mit einem virtuellen Bad,

Doch keine Krallen?

Im Rahmen der 1998er SIMBA-Hauptversammlung sprach der SBZ-Redakteur Uwe Metzger mit Jürgen Hornig, dem alten und neuen 1. SIMBA-Vorsitzenden.

SBZ: Bei der SIMBA-Gründung vor zwei Jahren sind Sie mit hochgesteckten Zielen angetreten. Scheinbar hapert's aber bei der Umsetzung. Oder warum betiteln Kritiker, allen voran Industriepartner, die SIMBA's als zahnlose Löwen?

Hornig: Wer das behauptet, hat doch keine Ahnung. Die Kritiker sollen erst mal ihre Hausaufgaben machen. Wir haben mit unserem Wegweiser-Badrenovierung, dem Internetauftritt, Seminaren, Erfahrungsaustausch, Handbüchern und Rahmenabkommen, um nur einige Dinge aufzuzählen, in zwei Jahren eine Menge erreicht. Daß unsere Leistungen von anderen übernommen und als eigene Idee verkauft werden, bestätigt doch wie gut sie sind. Dennoch lernen wir ständig dazu. Der Löwe hat die Milchzähne verloren und im Moment wachsen die richtigen nach.

SBZ: Da engagieren sich Förderhersteller und Großhändler bei Ihnen und SIMBA-Mitgliedsbetriebe kaufen doch bei anderen Wettbewerbern. Mangelt es an der Organisation?

Hornig: Sicherlich mangelt es an der Organisation – aber nicht bei uns. Engagierte Partner haben mehr Umsatz gemacht. Unsere 70/30-Regelung besagt, daß SIMBA-Betriebe 70 Prozent ihrer Umsätze bei den Förderherstellern decken, wenn die Rahmenbedingungen stimmen. Nörgler sollten sich klarmachen, daß ohne die seit langem geforderte Besserstellung der Einzelhändler auch keine Umsätze kommen. Es ist ein Witz, wenn sich jemand, der die Handelsspanne kürzt oder als Superpreisangebot im Baumarkt ist, über nach-

lassende Umsätze beklagt. Außerdem kann kein Unternehmer vom Drauflegen leben, auch kein SIMBA. Wenn es vergleichbare Produkte woanders bis zu 15 Prozent günstiger gibt, werden sie eben dort gekauft. So machen das auch Industrie und Großhandel.

SBZ: SIMBA bietet seinen Mitgliedern Rahmen-Einkaufsverträge, Werbemittel, Exklusivprodukte und andere Serviceangebote. Warum greifen diese nur so zögerlich zu?

Hornig: Weil das alles noch sehr neu ist. Viele SIMBA's haben gewachsene Verbindungen zu bisherigen Partnern oder Verträge wie bei den Versicherungen. Da dauert die Umstellung halt. Kein Mensch kauft einen neuen Transporter, wenn er keinen braucht. Bei den Werbemitteln müssen die Vorschläge und Ideen vielleicht noch überarbeitet werden oder ihre Zeit kommt noch. Der Prospekt läuft mit Auflagen von bis zu 750 000 Stück inzwischen gut. Grundsätzlich können und wollen wir aber niemand zu seinem Glück zwingen.

SBZ: Anfangs haben Sie ohne große Vorauswahl nach dem Motto „Zahl vor Wahl“ alle Interessenten aufgenommen, die sich selbst als einzelhandelsaktiv bezeichneten. Haben sich da nicht einige als Bremsklotz erwiesen?

Hornig: Klar, ein paar Bremsklötze gibt es immer. Aber das regelt sich von selbst.



» Es wird viel Mist über die SIMBA's erzählt «

Die wirklichen Bremsklötze sitzen ganz wo anders.

SBZ: Wer bremst hier konkret?

Hornig: Großhandel und Industrie. Die haben noch nicht kapiert, daß der Markt sich gewaltig geändert hat und sie flexibler auf Kunden eingehen müssen. Es funktioniert einfach nicht, wenn man dort glaubt, alle Kunden, also Baumärkte, Möbelhäuser und Fachhandwerk mit dem gleichen Produktsortiment und denselben Preisen bedienen zu können. Das gleiche gilt für die Dienstleistungen. Sie müssen nach Bedarf berechnet werden. Der eine braucht sie eben und der andere nicht. Da kann's doch nicht sein, daß das alle über eine Umlage bezahlen.

SBZ: Von den geschätzten 1500 einzelhandelsaktiven Installateuren in Deutschland haben Sie nach zwei Jahren gerade mal 100 im Verein. Manche Hersteller-Kundenclubs haben ein Vielfaches davon. Geht Ihr Leistungsangebot vielleicht am Bedarf vorbei, haben Sie sich schlecht verkauft oder liegt's an den zu hohen Kosten für die Mitgliedschaft?

Hornig: 80 Mark im Monat sind keine Kosten, daran kann es nicht liegen. Bei unseren 100 sind super Betriebe dabei. Das zählt. Wir werden weiter langsam und ständig wachsen. Daß wir unsere Leistungen kontinuierlich an die Bedürfnisse anpassen ist doch normal. Viele Dinge mußten wir erst mal probieren, um zu wissen was Sache ist. Wir verkaufen uns so wie wir sind und nicht wie viele es gern hätten, reden anderen nicht nach dem Mund, sind unbequem und fordernd. Das schreckt viele Interessenten ab. Deshalb haben wir viele Gegner und es wird viel Mist über die SIMBA's erzählt. Wer bei uns ist, merkt aber schnell, was wir wirklich auf dem Kasten haben. Herstellerclubs können Sie mit uns nicht vergleichen. Die haben ganz andere Ziele, eine ganz andere Motivation.

SBZ: Im Gegensatz zu allen anderen Handwerkskooperationen setzen die SIMBA's von Anfang an auf den traditionellen Vertriebsweg. Sind Sie damit auf dem richtigen Weg?

Hornig: Ja. Denn wenn es richtig gemacht wird, profitieren alle Beteiligten davon. Aber erst müsse ein paar Betonköpfe auf-

weichen und einige Leute merken, daß wir nicht so blöd sind, wie sie glauben. Die Austrickserei muß aufhören. Wir haben keine Lust mehr uns mit diesem Grabenkrieg zu beschäftigen. Dazu brauchen wir zumindest eine pünktliche und einwandfreie Lieferung mit Kostenübernahme, wenn Versprechen nicht eingehalten werden, Reservatsprodukte, eine erstklassige Betreuung im Innen- und Außendienst und bei Reklamationen sowie einen Deckungsbeitrag, der unseren Kosten und unserer Leistung gerecht wird. Wenn uns der Vertriebsweg das nicht bieten kann, hat er ein Problem.

SBZ: *Das fordern Sie aber schon lange. Bisher nur mit mäßigem Erfolg. Warum sollte sich das jetzt ändern?*

Hornig: Weil wir auf unserer Hauptversammlung die Gründung einer Einkaufsgenossenschaft beschlossen haben. Damit können wir mehr Druck auf unsere Lieferanten ausüben. Da haben wir von anderen gelernt. Keine erfolgreiche Kooperation kommt ohne das Warengeschäft aus. Wir reden doch nicht über Straßen und Züge, sondern über Umsatz und Absatz, übers Geschäft. Und da gehören die Waren dazu. Andere Mengen, andere Konditionen. Das ist halt mal so, sonst würden wir's doch nicht machen.

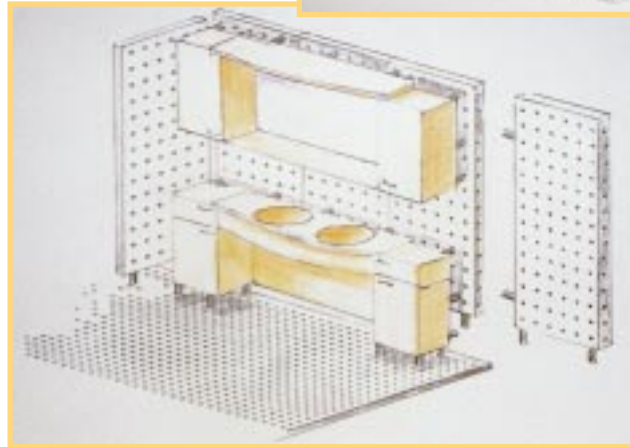
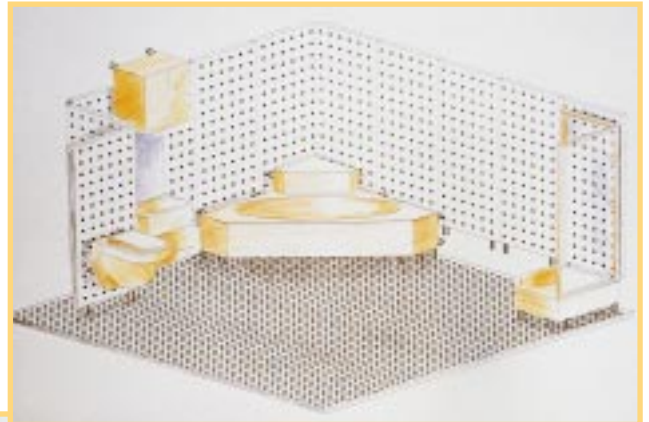
SBZ: *Wie muß man sich die Einkaufsgenossenschaft vorstellen? Bestellen die Mitglieder in Zukunft dort, beim Großhandel oder direkt beim Hersteller? Wer liefert und stellt die Rechnung? Und was kommt an Zusatzaufwand auf die Mitgliedsbetriebe zu?*

Hornig: Ich werde den Teufel tun und die Katze schon so früh aus dem Sack lassen. Auf jeden Fall werden wir unseren Mitgliedern unterm Strich Vorteile bringen.

SBZ: *Die meisten Ihrer Mitglieder sind doch sowieso schon bei der SHK Ettlingen oder anderen Einkaufszusammenschlüssen organisiert. Brauchen die überhaupt noch eine zusätzliche Beschaffungsorganisation?*

Hornig: Ja, denn unser Konzept ist anders. Wir haben uns viele Ideen von anderen Ländern und Branchen geholt. Wir werden die Fehler der anderen nicht wiederholen und haben von deren Erfahrungen profitiert.

Statt auf Magnet-Planer setzen die SIMBA's auf ein dreidimensionales Lochblechsystem



an das Unternehmen verleast. Weitere Rahmenabschlüsse gibt's bei allen erdenklichen Versicherungsarten sowie bei Funktelefon-Netzanbietern. Über eine BP-Tankkarte können SIMBA's mit verlängertem Zahlungsziel und bei Diesel sogar mit Preisnachlaß tanken. Mit dem Förderhersteller Boco wurden kostenlose SIMBA-Embleme auf der Arbeits-

kleidung, spezielle SIMBA-Fußmatten und eine Bonusvergütung an den Verein ausgehandelt. Am Abend des 18. 6. 98 hatten die SIMBA's eine Kartbahn mit zugehörigem Lokal angemietet. Gestärkt durch ein amerikanisches Buffet ging's an die Trainings-, Qualifikations- und Endläufe zum ersten großen Preis der SIMBA's mit anschließender Siegerehrung. Dabei zeigten die Löwen auf den Geschossen mit Rasenmähermotor-Antrieb, daß sie gehörig Dampf machen können und auch die Ideallinie finden. UM

das dem Besucher den 360°-Rundumblick ermöglicht. Leider scheint das beauftragte Unternehmen Business-Online vor lauter graphischen Effekten die Geschwindigkeit vergessen zu haben. Aber die EDV-Technik entwickelt sich ja weiter und irgendwann wird man die SIMBA-Seiten auch ohne Zwangs-Zigarettenpausen hochladen. Eine beachtliche Palette von Rahmenabschlüssen konnte der Leiter des Arbeitskreises Organisation, Ralf Noll, vorweisen. Im Kfz-Bereich wurden diverse Verträge mit Herstellern abgeschlossen. Für die Mitgliedsbetriebe springen dabei verschiedene Zusatzrabatte, interessante Leasing- und Vollserviceangebote sowie die Möglichkeit zum Overlease heraus. Bei letzterem wird der gesamte bestehende Fuhrpark vom Leasing-Anbieter gekauft und anschließend

kleidung, spezielle SIMBA-Fußmatten und eine Bonusvergütung an den Verein ausgehandelt. Am Abend des 18. 6. 98 hatten die SIMBA's eine Kartbahn mit zugehörigem Lokal angemietet. Gestärkt durch ein amerikanisches Buffet ging's an die Trainings-, Qualifikations- und Endläufe zum ersten großen Preis der SIMBA's mit anschließender Siegerehrung. Dabei zeigten die Löwen auf den Geschossen mit Rasenmähermotor-Antrieb, daß sie gehörig Dampf machen können und auch die Ideallinie finden. UM



Nachdem beim Kart-Rennen (fast) alle SIMBA's die Kurve gekriegt haben, schäumte bei der anschließenden Siegerehrung nicht nur die Freude über