

SHK-Betrieb Julmi setzt auf offensives Marketing

Das Komplettbad zum Festpreis

Immer mehr SHK-Betriebe gehen dazu über, die Kundendiensttätigkeit pauschal abzurechnen. Dies spart Zeit und Ärger und es wird unterm Strich mehr verdient. Beim Handwerksbetrieb Julmi werden sogar schon die Komplettbad-Aufträge zum Festpreis durchgeführt. Welche Aktivitäten das Unternehmen bei Badberatung, Marketing und im Kundendienstbereich unternimmt, beschreibt (auszugsweise) der folgende Bericht.



Für Gerhard Hanekamm ist der wichtigste Beratungsbereich in der Badausstellung der umfassend eingerichtete Collagenraum mit vielen Mustern und Katalogen

Zwei einschneidende Veränderungen in der Firmenhistorie des SHK-Handwerksbetrieb Julmi in Ostfildern brachte das neue Jahrtausend: Zunächst entstand im Jahr 2000 eine 180 m² große Bäderausstellung. Und dann übernahmen im Juli 2003 der langjährige Mitarbeiter Gerhard Hanekamm und Siegfried Metzger das Ruder des Familienbetriebes, der 1950 gegründet worden war. Bernd Julmi, der Sohn des Firmengründers, steht der neuen Geschäftsleitung weiterhin mit seinem fachlichen Rat zur Verfügung.

Vorteile für beide Seiten

Der technische Bereich sowie die Bereich Personal, Badplanung, Einkauf des Handwerksbetriebes liegt in der Verantwortung des Gas- und Wasserinstallateurmeisters Gerhard Hanekamm (42). Er war übrigens bereits seit 1996 Mitgeschäftsführer und Mitgesellschafter. Die Julmi GmbH beschäftigt 28 Mitarbeiter und ist in den Gewerken Sanitär, Heizung, Lüftung und Klempnerei aktiv. Im Privatkundenbe-

reich liegt der Schwerpunkt auf Modernisierungsarbeiten. Ein Tätigkeitsfeld, das Hanekamm besonders am Herzen liegt, ist die Badsanierung aus einer Hand mit Termin- und Preisgarantie. Der Kunde bekommt einen Fixpreis, wenn er sein Komplettbad bei Julmi in Auftrag gibt. Dieses Pauschalieren bringt sowohl dem Kunden als auch dem Unternehmer Vorteile. So muss gegenüber dem Kunden bei der Abrechnung nicht aufwendig erläutert werden, warum z. B. gegenüber dem Angebot ein zusätzliches T-Stück gebraucht wurde. Auch auf Rapporte wird komplett verzichtet, von der Demontage bis hin zum fertigen Bad. Damit minimiert sich der Arbeitsaufwand für die Abrechnung. Im Gegenzug weiß der Kunde von Anfang an ganz genau, was ihn sein neues Bad kosten wird. Es gibt keine versteckten Kosten und es treten keine „unvorhergesehenen“ Mehrstunden der Monteure auf. Basis für die Pauschalierung ist die mehrjährige Erfahrung des Installateurmeisters aus vielen (nachkalkulierten) Projekten.

Wie hoch ist das Kundenbudget?

Wenn ein Kunde ein neues Bad möchte, wird zunächst ein erster Besprechungstermin in der Kundenwohnung vereinbart. Die Innenarchitektin Regine Babelotzky bespricht dort dann Grundlegendes und nimmt die Maße auf. Einen ersten Gestaltungsvorschlag (Handskizze) bekommt der Kunde in den Ausstellungsräume der Firma Julmi zu sehen. Der wichtigste Bereich für die Beratung ist der Collagenraum: Dort hat Regine Babelotzky vor dem Eintreffen der Kunden den Collagietisch bereits einmal mit Fliese, Armatur, Spachteltechnik, Prospekte etc. bestückt. Im Collagenraum wird zudem ein erstes Angebot auf Basis des Budgets per „Badnet“ ermittelt. „Wichtigster Punkt des Gespräches ist die Frage, wie hoch ist das Budget des Kunden“, meint Gerhard Hanekamm. „Dieser Kostenrahmen muss zunächst sensibel ermittelt werden. Erst dann können wir über die Ausstattung re-

den.“ Die Badberatung findet im Colla- genraum als auch in der 180 m² großen Badausstellung mit sechs Kojen und mehreren Einzellösungen statt. Neben den Sanitärprodukten gehören dazu auch der Badheizkörper sowie die Wand- und Bodenbeläge und die Beleuchtung. „Wir beraten unsere Kunden nicht nur dahingehend, sondern verkaufen ihm auch Beleuchtungsmaterial sowie Fliesen, Naturstein- und Granitlösungen etc.“, hebt Hanekamm hervor. „Sollte die Ware bei uns nicht ausreichen, begleitet Frau Babelotzky den Kunden in die Fliesen- und Badausstellung des Großhandels. Dies kommt allerdings nur in ca. 20 % aller Fälle vor.“ Zu den Sicherungsmaßnahmen des Betriebes, um sich vor An-

gebotstouristen zu schützen, gehört es, dass sämtliche Pläne und Zeichnungen erst bei Auftragserteilung außer Haus gehen. Hinzu kommt, dass das Angebot so aufgestellt ist, dass eine Vergleichbarkeit stark erschwert wird. Ziel des Unternehmers ist es, mit 50 Komplettbädern pro Jahr einen Komplettbadumsatz von 500 000 Euro zu erzielen; dann sei eine sehr gute Auslastung seiner Verkaufsberaterin erreicht.

Komplette Wohnungsrenovierung

Erste sehr positive Erfahrungen beider Badrenovierung bei weiter entfernten Kundenwohnorten hat die Firma Julmi ebenfalls bereits gemacht. Hierbei gehörten aber nur die Badplanung sowie die Lieferung und Montage der Einrichtungsgegenstände zum Auftragsvolumen. Die Rohrmontage hat der Kunde als separate Leistung an seinen Hausinstallateur vergeben. „Dies ist aus Kostengründen auch nicht anders machbar“, erläutert Gerhard Hanekamm. „Ein weiteres Tätigkeitsfeld, das wir gerne forcieren möchten, ist die komplette Renovierungsabwicklung von Wohnungen und Häusern.“ Die Abwicklung der gewerkefremden Leistungen erfolgt – wie beim Komplettbad – über ausgesuchte Subunternehmer. Hier arbeitet man mit zwei oder drei Firmen pro Gewerk (Fliese, Elektro, Schreiner, Maler etc.) zusammen. Es versteht sich von selbst, dass man auf Termintreue und Sauberkeit in der Kundenwohnung großen Wert legt.

Und wie kommt der Firmenchef an seine Kunden? Durch ein aktives Marketing. Hanekamm beziffert seinen jährlichen Werbeetat mit rund 60 000 Euro, wobei er diesen mittelfristig auf 40 000 Euro senken möchte. Von diesem Geld werden vor allem Anzeigen und Beilagen in Tageszeitungen und Ortsteilblättern, Werbung auf Linienbussen sowie der Internetauftritt finanziert. Zwei mal im Jahr lädt die Firma Julmi zudem ihre Kunden zu einem Schausonntag ein (im Januar zum Thema Heizung, im September zum Thema Bad). Diese Veranstaltungen sind Event-Highlights, die der Geschäftsführer sorgfältig vorbereitet. Die Einladung dazu erfolgt ergänzend per Direktmailing, wobei die etwa 500 A-Kunden das Programm nicht nur

Daten und Fakten zu Julmi

- **Historie:**

1950 gegründet von Karl Julmi
1975 übernimmt Sohn Bernd Julmi die Firmenleitung
2003 übernehmen Gerhard Hanekamm und Siegfried Metzger die Julmi GmbH

- **Umsatz:**

gesamt: ca. 2,1 Mio. Euro;
davon:

Sanitär: 700 000 Euro
Bäderstudio: 400 000 Euro
Heizung: 400 000 Euro
Kundendienst: 500 000 Euro
Lüftung: 50 000 Euro
Klempnerei: 50 000 Euro

- **Mitarbeiter:**

2 Geschäftsführer
1 Bürokraft
1 Innenarchitektin
1 Techniker
2 Meister
15 Monteure
6 Azubis

- **Firmenfahrzeuge:**

15 Stück, mit einheitlicher Beschriftung

- **Betriebsflächen:**

180 m² Ausstellungsraum
150 m² Büro-/Schulungsräume
150 m² mechanische Werkstatt
170 m² Blechbearbeitung und Schweißerei
330 m² Lagerfläche

- **Anschrift:**

Julmi GmbH
Ostpreußenstraße 7
73760 Ostfildern
Telefon (07 11) 34 29 22-0
Telefax (07 11) 34 29 22 30
www.julmi.de



Bad und Kunst: In der mit sechs Kojen bestückten Badausstellung initiiert Gerhard Hanekamm regelmäßig Vernissagen

zum Lesen, sondern auch zum Hören bekommen: In Form einer eigens für diesen Anlass produzierten Audio-CD. Die Kundendatenbank umfasst übrigens ca. 5000 Adressen, wovon 1500 bis 2000 als aktive Kunden eingestuft sind.

Die Schausonntage finden immer in Verbindung mit einer Vernissage-Eröffnung statt. Dies ist ein Steuerungsinstrument das dem Julmi-Geschäftsführer hilft, eine „Bierzeltatmosphäre“ zu vermeiden. Ihm ist es nicht wichtig, möglichst viele Menschen anzuziehen, sondern Besucher, die einen



Innenarchitektin Regine Babelotzky präsentiert den Badinteressenten handgezeichnete Planungen

(möglichst) konkreten Bedarf haben. Im Schnitt kommen 300 bis 400 Gäste, wobei keine Anmeldung im Vorfeld erforderlich ist.

Termintreuer Kundendienst

Den Kundendienstbereich decken jeweils zwei Sanitär- und Heizungsmonteure ab. Ruft ein Kunde bei Julmi an, dann bekommt er von der Auftragsannahme sofort einen Termin genannt, der i. d. R. auf einen Zeitraum von einer Stunde genau fixiert wird (also z. B. der Monteur kommt zwischen 15 und 16 Uhr). Verspätet sich der Monteur, wird der Kunde darüber telefonisch informiert. Eingerichtet ist auch ein Notdienst, den jede Woche



Sprechende und musikalische Einladung zum Schausonntag: A-Kunden von Julmi bekommen zusätzlich eine Audio-CD

ein andere Kundendienstmonteur von Arbeitsende bis 22 Uhr und am Wochenende von 8-22 Uhr übernimmt. Über eine Rufumleitung zu einem Handy bekommt der Kunde bei Bedarf Kontakt zum Monteur. „Wir vermeiden es inzwischen, dass die Kunden direkt an die Handynummer des Monteurs kommen, da es früher zu Belästigungen durch lapidare Fragen gekommen ist“, erläutert Gerhard Hanekamm diese Vorgehensweise.

Um gerade auch im Kundendienstbereich die Pauschalabrechnung zu forcieren, ist ein Prämiensystem hilfreich, das Ende 2003 eingeführt wurde. In Relation zur Leistung bzw. zum Umsatz bekommen die Mitarbeiter sogenannte Bonusdelfine, die sich vielfältig umwandeln lassen.



Der Werbeetat lag bisher bei etwa 60 000 Euro; Teil der Anzeigenwerbung sind auch diese auffälligen Motive

Und woher bekommt die Firma Julmi die entsprechend qualifizierten Mitarbeitern? „Indem wir selbst ausbilden“, meint Gerhard Hanekamm, der lächelnd und auf seine sechs Auszubildenden verweist. Dass ihm das Thema Ausbildung auch eine Herzensangelegenheit ist, lässt sich auch aus seinem Freizeitengagement ablesen: Hanekamm ist Kommandant der Freiwilligen Feuerwehr Nellingen.

Jürgen Wendnagel