



Der Autor unserer Serie: Günter Schmitz, Inhaber und Geschäftsführer von Coplaning, einem großen Bauelementehändler in Luxemburg. 2011 wurde das Unternehmen mit der höchsten Qualitätsauszeichnung, dem Europäischen Qualitätspreis (EFQM) für herausragende Kundenbegeisterung ausgezeichnet. Weitere Informationen unter [www.coplaning.lu](http://www.coplaning.lu).

## Serie

### »Erfolgstipps von Günter Schmitz« in Bauelemente Bau

Immer wieder höre ich von Unternehmerkollegen, dass der Markt so schwierig geworden ist, Kunden mehr und mehr vergleichen und Rabatte an der Tagesordnung sind. Der Auftrag wird dann zumeist dem günstigsten Anbieter gegeben. Die Discounter wie Aldi, Lidl und Co. machen es uns allen vor. Sie überzeugen durch günstige Preise und verdienen dennoch viel Geld damit. Wie kann das sein? Sie verdienen pro Artikel nur ganz wenige Cent, jedoch aufgrund der extrem hohen verkauften Menge geht die Rechnung unterm Strich sehr gut auf. Die große Menge ist deren Marktvorteil. Im Handwerk tickt die Uhr jedoch anders. Welcher Handwerker kann – und noch wichtiger will – überhaupt mehr in Quantität statt in Qualität investieren? Da muss es also noch was anderes geben, was Erfolg und Spaß bringt. Die gute Nachricht: es gibt einen anderen Weg. Und der heißt Kundenbegeisterung durch höchste Qualität.



## Bundesliga oder Dritte Liga spielen?

Hohe Qualität ist nicht günstig zu erwerben. Da sind wir uns alle einig. Entweder verdient ein Unternehmen sein Geld mit günstigen Preisen und einer hohen Menge (Quantität) oder aber – und hier wird es äußerst interessant im Handwerk – mit hohen Preisen und einer überschaubaren Menge in Top-Qualität. Was ist das Entscheidende an dieser Aussage? Marktchancen gibt es im Billigsegment und im Qualitätssegment. Für Handwerksunternehmen kann nur Letzteres in Frage kommen. Nicht nur, dass Handwerksunternehmen in diesem Qualitätssegment mehr Erfolg haben können, es ist auch das Selbstverständnis eines Handwerkers, lieber Qualität statt Quantität zu produzieren. Jedes Handwerksunternehmen entscheidet also, ob es lieber in der 1. Bundesliga spielt, wo höchste Qualitätsansprüche im Mittelpunkt stehen, oder lieber in der 3. Liga, wo die Qualität zugunsten des Preises leidet. In diesem »unteren« Marktsegment kann kein Handwerksunternehmen Erfolg haben.

Im »mittleren« Marktsegment halten sich aber leider die meisten Handwerksunternehmen auf. Sie alle glauben, dass sie mit Qualität und günstigen Preisen

Wer den Focus auf höchste Qualität statt auf günstigste Preise legt, wird im Handwerk ungeahnten Erfolg haben. Davon ist unser Autor fest überzeugt. Im Bild der Ausstellungsraum des Unternehmens.

Foto: Coplaning

überzeugen können. Dass klappt nicht. Hohe Qualität und günstige Preise schließen sich aus. Denn wie ist der Markt in diesem »mittleren« Marktsegment gekennzeichnet? Durch viele Reklamationen und den Wunsch, alles billig und alles ganz schnell haben zu wollen. Unternehmen sparen dies wiederum an der Produktqualität und den Arbeitsausführungen ein. Folglich können Kunden nicht zufrieden, geschweige denn begeistert sein. Unternehmen bringt das weder Erfolg noch Spaß an der Arbeit.

### Aus eigenen Fehlern lernen

Ich hatte ganz früher auch den Fehler gemacht, dass ich »Top-Qualität zum Top-Preis« als Werbebotschaft ausgesendet habe. Bis ich endlich begriffen hatte, dass das nicht funktioniert. Seitdem habe ich mich mit meinem Unternehmen nur noch zu Top-Qualität verschrieben. Mit Top-Qualität ist damit die Produkt-, Beratungs-, Montage- und Servicequalität gleichermaßen gemeint. Das dieser hohe Qualitätsanspruch nicht zum Nulltarif zu erhalten ist, dürfte jedem klar sein. Ganz im Gegenteil, viele Kunden und hier denke ich ganz beson-

ders an die 50plus-Generation, haben all die negativen Erfahrungen mit schlechter Qualität bereits hinter sich. Sie möchten das nicht nochmals erleben. Sie legen größten Wert auf höchste Qualität und möchten einfach ihr Leben in vollen Zügen genießen, anstatt sich mit Handwerkern rumzuzürgern. Dafür sind sie auch gerne bereit, für Qualität mehr auszugeben. Kunden wissen mittlerweile, dass sie durch die längere Haltbarkeit der Produkte und größere Zuverlässigkeit des Handwerksunternehmens langfristig sogar Geld sparen. Und sie haben mehr Freude an der Qualität und am Leben.

Was heißt das nun für den qualitätsbewussten Handwerker? Gas geben und den Aufstieg in die 1. Bundesliga anpeilen. Will heißen, alle Aktivitäten auf den hochwertigen Bereich fokussieren und sich so bewusst aus dem Mittelfeld nach oben bewegen. Rabatte gehören nunmehr der Vergangenheit an.

Dies bedarf eines Umdenkens in der Strategie, eines Umdenkens bei sich selbst. Die Vergangenheit kann man nicht ungeschehen machen, doch die Zukunft kann jeder frei bestimmen.