E&W
ÖSTERREICHS INSIDERBLATT FÜR DIE ELEKTROBRANCHE
Ausgabe 5/2014

PRINZIP HOFFNUNG

ELFMETER FÜR DEN HANDEL

Kickt die WM die UE aus der Flaute?

KRISENGESPRÄCH KREJCIK/TENTIS
Was tut die Industrie?

EP-TROIKA
„Und siehe da, es funktioniert"

MARIO SCHWAGERLE
Von 0 auf 70.000

THOMAS KICKER
Natürliche Selektion

MARTIN WALLNER
„Passen uns den Kunden an"

Ausschnitt wenn Retouren NICHT erwünscht: GZ: 02Z032978M/P.b.b. Elektro&Wirtschaft Verlags GmbH/Wilhelminenstaße 91/IIc/1160 Wien/Retouren an „Postfach 555, 1008 Wien"

MARIO SCHWAGERLE – EINSTIEG INS PROJEKTGESCHÄFT

70.000 Rauchmelder für Kärnten

Rauchmelder retten Leben. Zu dieser Überzeugung ist auch der Kärntner Landtag gekommen und hat mit Juni des vergangenen Jahres Rauchmelder für alle Wohnräume in Kärnten verpflichtend vorgeschrieben. Mario Schwagerle, bis dahin im Telekom-Business tätig, nutzte die Chance, um ins Projektgeschäft einzusteigen. Der Klagenfurter verantwortete damit die Montage von rund 70.000 Rauchmeldern in Kärnten.

TEXT: Dominik Schebach | **FOTO:** Manilumi | **INFO:** www.elektro.at

Mit der gesetzlichen Regelung ergab sich vor allen bei den großen Wohnungsgenossenschaften auf einen Schlag ein enormer Bedarf, nicht nur bei den Rauchmeldern selbst, sondern auch bei der Montagedienstleistung. Was allerdings wie eine g'mahte Wiesn für das Gewerbe aussieht, entpuppte sich als große organisatorische und logistische Herausforderung, wie auch Mario Schwagerle bestätigte. Denn der Bedarf an Rauchmeldern war gewaltig. Zusätzlich wurde die Situation noch dadurch verschärft, dass natürlich alle Wohnbaugesellschaften bis zum letzten Augenblick gewartet hatten, um ihre Bauten mit Rauchmeldern auszustatten, weswegen die Aufträge auch innerhalb einer sehr kurzen Zeitspanne abgewickelt werden mussten.

EINSTEIGER

Diese Voraussetzungen schreckten allerdings Mario Schwagerle nicht ab. Der Klagenfurter war im vergangenen Jahr aus dem Telekom-Geschäft ausgeschieden und konzentrierte sich mit seiner Firma Manilumi auf neue Geschäftsfelder. Mit der Kärntner Rauchmelder-Verordnung sah er seine Chance für das Projektgeschäft. Wenn auch der Einstieg in dieses Segment eher zufällig erfolgte.

„Ich hatte schon seit fünf Jahren nebenher eine kleine Firma für Infrarot-Heizungen betrieben und mich immer für Innovationen interessiert. Wie die Ausschreibungen im vergangenen Jahr herauskamen, habe ich mich beteiligt und mit meinem Konzept den Auftrag der größten Wohnbaugenossenschaft Kärntens für die Ausstattung von rund 17.000 Wohnungen gewonnen", erklärte Schwagerle.

Konkret trat Schwagerle bei den Ausschreibungen als Generalauftragnehmer an und vergab die einzelnen Montageaufträge an insgesamt 13 Subfirmen in ganz Kärnten. Schwagerle selbst konzentrierte sich dagegen auf die Beschaffung und Logistik für die benötigten Rauchmelder sowie die Koordination. Bei dem Produkt fiel die Wahl auf den deutschen Hersteller Pyrexx.

Mario Schwagerle konzentriert sich nach seinem Ausstieg aus dem Telekom-Geschäft mit seinem Unternehmen Manilumi auf Infrarotheizungen und Rauchmelder. Mit der Kärntner Rauchmelder-Verordnung sah er seine Chance im Projektgeschäft.

„Ich hatte mehrere Rauchmelder verglichen, aber Pyrexx hat meiner Meinung nach das beste Produkt in der Kategorie. Vor allem die Zuverlässigkeit des Rauchmelders Made in Germany ist ein Argument. So ist eines der Qualitätshighlights des Modells PX-1 die festverbaute Lithium-Batterie mit zwölf Jahren Lebensdauer", so der Kärntner.

HÜRDE FINANZIERUNG

Ganz problemlos war das Projekt allerdings nicht. Denn der Teufel steckte wie so oft im Detail. Insbesondere die Banken drohten Schwagerle bei dem Projekt einen Strich durch die Rechnung zu machen. Besonders bitter war, dass die Banken die Finanzierungszusage unmittelbar vor dem Projektstart zurückgezogen hatten, sodass Schwagerle innerhalb kürzester Zeit die notwendigen Mittel für die erste Charge an Rauchmeldern aufstellen musste.

„Die Finanzierung des ganzen Projekts war natürlich das größte Problem, da bis dato noch niemand Erfahrung mit so einen großen Projekt mit Rauchmeldern hatte", erklärte Schwagerle. „Die Banken haben mich diesbezüglich leider im Stich gelassen. Ich habe dann schlussendlich doch mit Hilfe eines Investors das Projekt auf die Beine gestellt."

AM PUNKT

RAUCHMELDER
Kärntner Verordnung bildete den Einstieg von Mario Schwagerle ins Projektgeschäft.

FINANZIERUNG
Ein Rückzieher der Banken ließ das Projekt beinahe platzen.

ABWICKLUNG
geschah mit Subunternehmen für die Montage.

Aber auch die Beschaffung der notwendigen Rauchmelder stellte eine große Herausforderung dar, da durch die enge Deadline plötzlich ein großer Bedarf an Meldern erzeugt wurde. „Von der Organisation war das nicht einfach, diese große Stückzahl an Rauchmeldern zu bekommen, da der Lieferant diese in Deutschland händisch fertigt und zur gleichen Zeit in Deutschland die Nachfrage nach den Rauchmeldern sehr groß war. Der Zeitraum der Montage war von April bis Ende Juni 2013. Da wir in dieser kurzen Zeit rund 17.000 Wohnungen besuchen mussten, war auch die Montage exakt mit meinen Partnern zu planen", so Schwagerle im Rückblick.

SCHLÜSSELSTELLE KOORDINATION

Für die Terminvereinbarungen mit den Mietern installierte Schwagerle ein eigenes Callcenter mit mehreren Mitarbeitern. Diese koordinierten im Schichtbetrieb mit den betroffenen Mietern und den 13 Partnerunternehmen die Termine und sorgten dafür, dass die Monteure auch Zutritt zu den Wohnungen erhielten und für die Partner möglichst wenig Fahrten anfielen. Denn die Zeit drängte, da der Auftrag bis Ende Juni 2013 abgeschlossen sein musste.

Insgesamt wurden so zwischen April und Ende Juni für die größte Kärntner Wohnbaugenossenschaft, die Landeswohnbau Kärnten, rund 58.000 Rauchmelder in 17.000 Wohnungen montiert. Zählt man die Privathaushalte hinzu, so wächst die Zahl der installierten Rauchmelder laut Schwagerle auf knapp 70.000 Stück.

WEITERE PLÄNE

Durch das erfolgreich abgewickelte Projekt hat sich natürlich auch die Beziehung zum Hersteller intensiviert. Inzwischen ist Schwagerle der Hauptansprechpartner von Pyrexx in Österreich. Und da das Geschäft mit Infrarotheizungen saisonal sehr begrenzt ist, will er nun die gewonnene Erfahrung im Projektgeschäft auch weiterhin zum Tragen bringen. „Wir versuchen derzeit auch in anderen Bundesländern auf den Markt zu kommen", so der Klagenfurter. ■

ASSONA: RUNDEN FAHREN STATT RUNDES LEDER

Gegenprogramm

Recht zufrieden zeigte sich Assona-GF Uwe Hüsch mit den Ordertagen. Der Garantiedienstleister nutzte die Veranstaltung in Salzburg, um seine Kontakte im Fachhandel aufzufrischen und sein „Gegenprogramm" zur Fußball-WM vorzustellen.

TEXT: Dominik Schebach | **FOTO:** Dominik Schebach | **INFO:** www.assona.com

Wenn in der Branche die Kugel rollt, dann kann man auf den Trend aufspringen oder ein Gegenprogramm fahren. Assona hat sich nach Worten von GF Uwe Hüsch für die zweite Variante entschieden. Der Garantiedienstleister nutzte die Ordertage, um seinen „Assona Grand Prix" anzukündigen. „Wir wollen uns bewusst von der Werbung rund um die WM abheben, damit die Händler hier auch einmal etwas anderes sehen", so Hüsch. An der Rennserie mit großem Finale in Berlin können alle Assona-Händler teilnehmen.

Assona-GF Uwe Hüsch sieht einen Bewusstseinswandel bei Zusatzgarantien und Handyversicherungen - nicht zuletzt durch die gemeinsame Aktion mit Drei.

Das Kontrastprogramm mit Grand Prix-Ankündigung und Glücksrad am Stand dürfte jedenfalls erfolgreich gewesen sein. „Wir sind hier, um neue Kontakte zu knüpfen und zur Kundenpflege. Es gibt immer wieder Kontakte zu Händlern, die versiegen, und so eine Messe ist ideal, um diese Beziehungen zu erneuern. Dafür müsste mein AD Wochen durch ganz Österreich fahren. Deswegen zahlt sich so eine Messe schon aus. Für das endgültige Ergebnis müssen wir erst den Nachgang abwarten, aber mit der Qualität der Besucher bin ich sehr zufrieden", erklärte Hüsch. „Wichtig sind auch die Kontakte zur Industrie, die wir hier auf der Messe knüpfen können."

VORANKÜNDIGUNG

Auf der Produktseite ließ Hüsch mit einer Vorankündigung aufhorchen. Demnach will Assona in Zukunft auch Garantieprodukte mit Einmalzahlung anbieten. „Der Trend geht in die Richtung. Der Verkaufsprozess benötigt nur ein Drittel der Zeit. Deswegen wird Assona in drei bis vier Monaten ein entsprechendes Produkt bringen", so Hüsch. Ein umfangreiches Trainingsprogramm zur Verkaufsunterstützung – über die Beratung durch den AD hinaus – wolle der Garantiedienstleister allerdings nicht anbieten.

BEWUSSTSEIN WÄCHST

Mit dem neuen Produkt unterstreiche Assona auch seinen Anspruch als „Vollsortimenter". Der Garantiedienstleister verzeichnete 2013 laut Hüsch sein bisher bestes Jahr. Der Assona-GF zeigte sich dabei besonders mit der Entwicklung in Österreich zufrieden. Ein eigenes Feld sind dabei die Handyversicherungen, wie Hüsch erklärte: „Wir freuen uns, dass im Handel das Bewusstsein für Handyversicherungen zunimmt. Die Aktion mit Drei hat hier ein Zeichen gesetzt." ■