

Das FN-Unternehmensporträt



Das Möbelhaus Schäfer und Fitz in Waldstetten bietet auf insgesamt 3000 Quadratmetern Verkaufs- und Lagerfläche gute Qualität und hervorragenden Service.

REPROS: FN

FN-Firmenportrait: Waldstettener Möbelhaus Schäfer und Fitz setzt auf „Made in Germany“ und hält nichts von Rabattschlachten

Plädoyer für Beratung, Qualität und Service

Von unserer Mitarbeiterin
Heike v. Brandenstein

Stoffe und Hölzer, mal glänzend, mal matt, verschiedene Farben, bunte Muster oder schlichtes Uni: Wer Möbel kauft bringt Haus oder Wohnung im Kopf mit ins Einrichtungshaus. Möbelkauf ist eine Gesprächs- und eine Geldfrage.

Wolfram Fitz, Geschäftsführer des Waldstettener Unternehmens Schäfer und Fitz, erläuterte im FN-Gespräch, warum der Beruf des Möbelverkäufers ein so schwieriger ist, weshalb sein Unternehmen konse-

ter muss sich in den Kunden hineinversetzen, um herauszufinden, welche Vorstellungen er geschmacklich und preislich hat und ihm dann Vorschläge unterbreiten. Unser Prinzip lautet: Bei uns wird jeder gleich bedient.

Und was macht ein Verkäufer, wenn er meint, dass die vom Kunden gewählte Kombination so gar nicht zusammen passt?

WOLFRAM FITZ: Da beraten unsere Inneneinrichter selbstverständlich, stellen Beispiele zusammen und präsentieren Möglichkeiten, an die der Kunde nicht gedacht hat. Dinge, die man sieht, wirken anders als in der Vorstellung. Wir erfahren immer wieder, dass Kunden dankbar für eine gute Beratung sind. Außerdem fahren unsere Mitarbeiter auf Wunsch zum Kunden nach Hause, um dort zu beraten. Das ist aber nur ein Service von vielen.

Was bieten Sie außerdem?

WOLFRAM FITZ: Wohnen und Küchen lautet unser Programm. Wir verfügen über Küchen- und Wohnmöbelzeichenprogramme als Verkaufsunterstützung und sind technisch immer auf dem neuesten Stand. Pro Jahr verkaufen wir rund 600 bis 700 neue Küchen. Unsere Küchenmonteure besitzen eine TÜV-Zertifizierung und bei Neuküchen erhält der Kunde auf Wunsch eine Geräteeinweisung vor Ort. Außerdem führt unsere hauseigene Werkstatt Umbauten aus und fertigt Massivholzküchen und begehbbare Kleiderschränke. Der Küchenanteil macht bei uns in etwa die Hälfte des Gesamtumsatzes aus. Und da setzen

wir, ebenso wie beim Wohnen, auf Vollservice. Auf alle Küchen- und Einbaugeräte der Firma Siemens geben wir fünf Jahre Vollgarantie einschließlich des hauseigenen Kundendienstes.

In Ihrem „Wohnbuch 2007“ sprechen Sie von „Schlüsselfertigem Wohnen - alles aus einer Hand“. Wie darf man sich das vorstellen?

WOLFRAM FITZ: Vollservice beim Wohnen bedeutet für uns, dass wir vom Bodenbelag über die Wandgestaltung, Möbel, Teppiche und Gardinen alles leisten können. Wir planen Raumteiler und Türen ein, bauen das Dach aus und vieles mehr. Zu guter Letzt sorgen wir auch für die richtige Beleuchtung. Und das bieten wir nicht nur im Wohn-, sondern auch im Küchenbereich. Der Wunsch des Kunden hat bei uns oberste Priorität. Wir versuchen nicht durch Größe, sondern durch Leistung zu überzeugen.

Aber das dürfte doch ein teurer Spaß für den Kunden sein, oder?

WOLFRAM FITZ: Wir verfolgen die Philosophie des richtigen Preises, was für uns eine ehrliche, weil realistische Preisauszeichnung und Angebotserstellung heißt. Wir halten nichts von zuvor bereits einkalkulierten Rabatten, die von den Kunden nach den teilweise schrillen Rabattschlachten der vergangenen Jahre ohnehin in Frage gestellt werden. Vielmehr werben wir damit, dass der Kunde bei Schäfer und Fitz nicht nur einen günstigen Preis und gute Beratung bekommt, sondern auch den Service danach. Können



Der Kunde steht im Mittelpunkt: Geschäftsziel von Schäfer und Fitz ist es, gute Qualität und erstklassigen Service zu bieten, um die Kunden nicht mit Rabatten, sondern durch Leistung zu überzeugen.

sich über 10 000 Küchenkunden der vergangenen Jahre irren? In unserer Kundenkartei haben wir fast 18 000 Stammkunden. Ein Großteil wird durch ein externes Unternehmen ständig gefragt, wie sie uns beurteilen. Glauben Sie mir, wir legen auf das Feedback unserer Kunden großen Wert und versuchen Anregungen so weit wie möglich umzusetzen

Sie setzen auf „Made in Germany“. Ist das nicht teurer als Importware aus Niedriglohnländern?

WOLFRAM FITZ: Nein, ganz und gar nicht. Produktionsstandorte im Osten werden mittlerweile von vielen Produzenten hinterfragt, weil auch dort das Lohnniveau steigt. Hinzu kommen noch die Transportkosten, Gebühren für die Maut und vieles mehr, so dass sich die einstigen Kostenvorteile relativiert haben. Viele Hersteller denken deshalb daran,

ihre Produktion in den kommenden fünf Jahren wieder zurückzulagern. Weil wir das bereits vor geraumer Zeit prognostiziert haben, fiel unsere Entscheidung auf Produkte des deutschen Marktes. Hier sprechen Qualität und Flexibilität eine deutliche Sprache. Verweisen möchte ich auch auf die aktuelle Diskussion um schadstoffbelastete Produkte aus China.

Welche Pläne haben Sie für die Zukunft?

WOLFRAM FITZ: Eines ist klar: Unser bewährtes Bekenntnis für Qualität zu bezahlbaren Preisen im Segment der Mitte bis zur oberen Mitte werden wir beibehalten. Schäfer und Fitz möchte sich in der Tiefe weiter entwickeln und eine noch stärkere Spezialisierung bei perfektem Service bieten. Wir analysieren ständig unsere Produkte sowie das Marktge-

biet über die eigene Warenwirtschaft, um so noch effektiver zu sein. Natürlich gibt es auch immer wieder Gedanken an Expansion, weil wir durch den stetigen Ausbau räumlich an unsere Grenzen stoßen. Der Raum Mosbach, so beobachten wir, hat sich in den vergangenen Jahren äußerst positiv entwickelt. Aber das sind Überlegungen, die in unserer Prioritätenliste nicht ganz oben stehen.



Augen und Ohren immer am Markt: Geschäftsführer Wolfram Fitz.

quent auf „Made in Germany“ setzt, wieso Schäfer und Fitz den Rabattschlachten eine klare Absage erteilt und wie er die Zukunft seines Hauses sieht.

Der Kauf von Möbeln ist eine höchst individuelle Sache. Wie macht man das als Verkäufer?

WOLFRAM FITZ: Zunächst sehen wir uns nicht als Verkäufer, sondern als Inneneinrichtungsberater. Unsere ohnehin qualifizierten Mitarbeiter werden permanent weitergebildet und geschult. Der Einrichtungsbera-

Möbelhaus Schäfer und Fitz: 57 Mitarbeiter

Alle Fakten auf einen Blick

Internet: www.schaefer-fitz.de
Mitarbeiter: 57
Fuhrpark: 16 Fahrzeuge.



Ausstellungs- und Lagerfläche: 3000 qm.
Geschäftsführender Gesellschafter: Wolfram Fitz
Leitung Kundendienst und Montage: Werner Zink
Leitung Marketing und Verkauf: Thomas Nitschmann
Leitung Verwaltung und Organisation: Rainer Spiesberger

Herausragende Leistungen: Schlüsselfertiges Wohnen aus einer Hand, individuelle Lösungen durch kompetente Inneneinrichter und die eigene Schreinerei sowie vielfältige Serviceleistungen wie die fünfjährige Garantie samt hauseigenem Kundendienst für jedes Siemens-Elektrogerät.

Firmenprinzip: Individuelle Beratung und Top-Service sowie zuverlässige Dienstleistungen bei bester Qualität und sehr gutem Preis-Leistungs-Verhältnis.

Ist-Bewertung: Trotz Umsatzrückgängen in der Möbelbranche in den vergangenen fünf Jahren um rund 30 Prozent konnte Schäfer und Fitz jährlich zweistellig wachsen.

Geschäftsziel: Gute Qualität mit erstklassigem Service in Verbindung mit einem einmaligen Preis-Leistungs-Verhältnis überzeugen heute mehr als zuvor einkalkulierte Rabatte. Deshalb werden die eigenen Stärken und das Geschäftsprofil stetig weiter entwickelt; gemäß dem Motto: „Stillstand ist Rückschritt.“



Begehrter Schrank: Schäfer und Fitz liefern individuelle Lösungen.

Wege zum Erfolg: Stetige Entwicklung und konsequente Markterschließung

„Wir denken in Wohnwelten“

Auf 250 Quadratmetern haben Karl-Josef Schäfer und Wolfram Fitz 1991 begonnen. Damals gründeten sie das Möbelhaus Schäfer und Fitz in Waldstetten, einer kleinen Teilgemeinde von Höpflingen im Neckar-Odenwald-Kreis. Ihnen stand gerade mal ein Fahrzeug für die Auslieferung zur Verfügung, die Möbel wurden mit Hilfe von Aushilfsschreibern ausgeliefert und aufgebaut. Seither ist das Unternehmen permanent gewachsen und hat sich auch überregional etabliert. Mittlerweile arbeiten 57 Mitarbeiter im Möbelhaus Schäfer und Fitz und setzen sich für eine stetige Fortentwicklung ein.

Schäfer und Fitz ist ein Beispiel dafür, dass sich auch ein kleines Möbelhaus jederzeit mit den Großen am Markt messen und behaupten kann. Rund 50 Prozent der kleinen, mittelständischen Möbelgeschäfte sind in den vergangenen Jahren weggebrochen, die Großen hingegen nutzten den Verdrängungswettbewerb zu weiterer Expansion. Mit aggressiver Werbung wurde dem End-

verbraucher suggeriert, dass allein große Möbelhäuser billig seien.

Die Gefahr einer sich zuspitzenden Konzentration auf einige wenige große Häuser, die den Herstellern letztlich die Preise diktieren und somit den Wettbewerb eindämmen könnten, erkannte die Möbelindustrie und suchte die Mittelständler zu unterstützen. Möbelverbände, in denen sich viele kleinere Möbelhäuser zusammenschlossen, stellten letztlich die Lösung dar, um durch eine Bündelung der Einkaufsvolumen so günstige Konditionen zu erzielen wie die großen Häuser. „Zwischenzeitlich“, so Wolfram Fitz, „sind Unterschiede in den Einkaufskonditionen nicht mehr vorhanden.“

Wolfram Fitz hat in seiner Funktion im Einkaufsausschuss der Garant-Möbelgruppe und als Mitglied des Händlerbeirats maßgeblichen Einfluss auf die Sortimentsplanung der gesamten Garant-Möbelgruppe. Durch seine hervorragenden Kontakte zur Industrie profitiert auch

das Möbelhaus Schäfer und Fitz, das zudem an einem größeren Möbelhaus im Raum Karlsruhe beteiligt ist. Das Erscheinungsbild von Schäfer und Fitz am Möbelhaus, auf den Fahrzeugen und in der Werbung ist immer einheitlich. Selbst kleinere Kinder, die noch nicht lesen können, erkennen Schäfer und Fitz am Logo.

„Wir denken in Wohnwelten“, beschreibt Wolfram Fitz das Erfolgsrezept des Möbelhauses. Die Ausstellung wird Jahr für Jahr komplett umgestaltet, um immer wieder aktuell zu sein und sich von den Marktbelegern abzusetzen. Wohnbilder wie Wohnzimmer in Verbindung mit Esszimmern, dem dazu passenden Bodenbelag und den Gardinen werden als Gesamtbild präsentiert. Dass die Kunden die Verbindung von Beratung, Qualität und Service schätzen, zeigt sich auch im Geschäftsgebiet: Dieses reicht vom Neckar-Odenwald-Kreis über den Main-Tauber-Kreis bis hin ins Bayerische und an die Tore von Heilbronn und Künzelsau.

hvb

