



Frischzellenkur für das Büro

Das Motto des Reutlinger Bürofachhandelsunternehmens raumplan ist: „Leben. Arbeiten. Wohlfühlen.“ Wie sich das Unternehmen von anderen unterscheidet, erklärt uns Firmenchef und Geschäftsführer Ehrhard Vogel in einem Interview.

FACTS office: Wie würden Sie Ihr Unternehmen beschreiben?

Ehrhard Vogel: Wir sind ein kleines, aber leistungsstarkes Unternehmen im Herzen von Reutlingen. Seit der Gründung 1992 haben wir ein Ziel nicht aus den Augen verloren: Wir wollten zu den Besten unserer Branche gehören – zu den Besten aus Kundensicht. Stückmenge und Oberflächlichkeit interessieren uns genauso wenig wie billig und schlecht. Für uns ist der Wunsch des Kunden der Ansporn. Die Fakten: Einrichtungshaus, 600 Quadratmeter Ausstellung, acht Mitarbeiter, Jahresumsatz 3,5 Millionen Euro, Kernthemen: Mitarbeitermotivation und -coaching, Planung und Moderation in die Anwenderbereiche.

FACTS office: Wer sind Ihre Kunden?

Vogel: Grundsätzlich alle, die sich vernünftig einrichten wollen. Wir dürfen Kunden vom weltmarktführenden Modekonzern bis hin zum Kleinbetrieb einrichten. Außerdem alle Menschen, die anspruchsvoll sind und deren Maßstab nicht nur der Preis ist.

FACTS office: Durch welche Alleinstellungsmerkmale unterscheidet sich Ihr Unternehmen von den Mitbewerbern?

Vogel: Bezogen auf unsere Kollektion weisen wir keine besonderen Unterschiede zu unseren Kollegen auf, die alle ebenfalls mit hochwertigen Produkten handeln. Unsere Vorgehensweise jedoch ist anders, da wir sehr gerne Räume revitalisieren. Meist ist es so, dass eine vorhandene Einrichtung im neu gestalteten Kontext neue und sogar ganz andere Aufgaben erfüllen kann. Die Anforderungen an die betriebliche Kommunikation, das soziale Miteinander und die Definition des Wohlbefindens haben sich gravierend verändert. Allem muss Rechnung getragen werden, wenn man motiviertes Personal haben möchte. Gerade in der heutigen Zeit, wo Unternehmen um jeden Mitarbeiter kämpfen, sind das durchaus Faktoren, die einen Kandidaten zu einer positiven Entscheidung veranlassen können.

FACTS office: Eines Ihrer Kernthemen ist das Coaching und die Motivation von Mitarbeitern. Was soll man darunter verstehen?

Vogel: Das Coaching bezieht sich auf das Vermitteln von Wissen über ergonomische Arbeitsmittel und die Möglichkeiten, die sie bieten. Es macht keinen Sinn, das nur zur Verfügung zu stellen, es aber nicht zu erklären. Sehen Sie es wie bei einem Führerschein: Erst durch Verstehen und Üben bekommen Sie das Wissen, das Sie befähigt, richtig zu fahren.

FACTS office: Ein anderes Thema ist die Ergonomieberatung – was vermitteln Sie Ihren Kunden in diesem Bereich?



Vogel: Wenn sich ein Unternehmen für ein Produkt entschlossen hat, ist es extrem wichtig, dass der Anwender, also der Mitarbeiter, den Umgang mit diesem Produkt erlernt und darin geschult wird. Das heißt, man muss sich die Zeit nehmen, ihm genau zu erklären, warum er was wie einstellen muss.

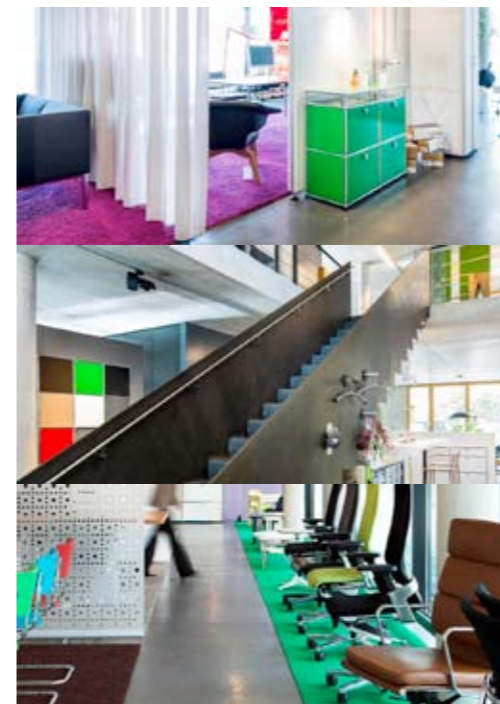
Auch wir müssen uns ständig weiterbilden, damit wir immer über das neuste Wissen über Anthropometrie und Ergonomie verfügen und es weitergeben können. Wir stellen immer wieder fest, dass unheimlich viel Halbwissen vermittelt wird. Doch darf es hier keine Kompromisse geben: Halbwissen ist falsch und in diesem Fall sogar schädigend.

FACTS office: Wie würden Sie als Kunde vorgehen, der sein Büro neu einrichten möchte?

Vogel: Wir haben auf unserer Homepage www.raumplan.net zehn goldene Regeln veröffentlicht, die jeder einmal lesen sollte. Der Ansatz: Das Produkt an sich ist nicht allein ausschlaggebend. Es geht um ganz andere Themen.

FACTS office: Müssen gute Arbeitsplätze eigentlich wirklich teuer sein?

Vogel: Die Frage müsste eigentlich lauten: Können wir uns billig wirklich leisten? Sind es vielmehr nicht Begriffe wie Langlebigkeit, Solidität, Funktionalität, Flexibilität, Ästhetik oder auch Produktivität und Nachhaltigkeit, an denen wir Investitionen ausrichten sollten? Verdienen wir unser Geld nicht zu schwer, um es für scheinbar Billiges und Ideenloses zu



„Geiz ist geil, das scheint immer noch das Motto zu sein, nach dem der Markt häufig funktioniert. Aber der Spruch stimmt nicht, denn Geiz ist einfach nur dumm.“

EHRHARD VOGEL, Firmenchef und Geschäftsführer im Reutlinger Bürofachhandelsunternehmen raumplan

verschenden? Qualität ist meiner Meinung nach nie teuer – und doch in jedem Preissegment zu finden.

FACTS office: Hat sich der Spruch „Geiz ist geil“ auch schon in der Büromöbelbranche verbreitet?

Vogel: Fast alles bekommen Sie heute über das Internet und können vergleichen, wer welchen Preis verlangt. Geiz ist geil, das scheint immer noch das Motto zu sein, nach dem der Markt häufig funktioniert. Aber der Spruch stimmt nicht, denn Geiz ist einfach nur dumm. Immerhin befinden wir uns alle in einem wirtschaftlichen Kreislauf: Stellen Sie sich doch vor, dass Sie den Preis desjenigen, der Ihnen was anbietet, um 10 Prozent herunterhandeln. So hat derjenige auch 10 Prozent weniger und kann daher auch nur 10 Prozent weniger reinvestieren. Dies geht weiter, bis sich der Kreis dort schließt, wo Sie ihr Gehalt beziehen – von Ihren Kunden oder Ihrem Chef, der auch auf 10 Prozent verzichten musste. Würden wir alle den Preis bezahlen, der ausgeschrieben ist, bekämen wir für unsere Leistungen und Waren auch den Preis, den wir ausschreiben: Wäre das nicht einfach gut und richtig?

FACTS office: Welche Rolle spielen Ihre Lieferanten für Sie?

Vogel: Natürlich sind Lieferanten wichtig, denn sie sind das Verbindungsglied zwischen Handel und Kunde. Noch wichtiger sind aber Zuverlässigkeit und Anstand der Partner, die zu dem stehen, was sie versprechen. Dies ist leider – gerade in unserer Branche – zu einer aussterbenden Tugend geworden. Die traurige Realität: Produktgruppen, die am Markt „nicht laufen“, werden wieder herausgenommen;

manche Hersteller scheuen nicht davor zurück, den Markt am eigenen Fachhandel vorbei zu bedienen. Und die Margen beim Fachhandel werden immer geringer. Denn die Kostenstruktur eines Handelshauses erlaubt nur selten mal einen Ausverkauf mit hohen Rabatten.

Zurück zur Rolle der Lieferanten: Für uns gibt es Hersteller, mit denen wir gerne und gut zusammenarbeiten, weil sie innovativ und verlässlich sind. Dazu gehören unter anderem USM Möbelbausysteme, Wilkhahn, Renz und Fleischer. Letzterer Hersteller zeichnet sich beispielsweise durch seine hohen Garantieleistungen, seine sehr guten höhenverstellbaren Tische und seine hohe Materialqualität aus. Aus diesem Grund arbeiten wir seit nunmehr 15 Jahren mit Fleischer erfolgreich zusammen. Genauso lang arbeiten wir im Übrigen mit den anderen, bereits erwähnten Herstellern. Verlässlichkeit hat eben auch ihren Preis, der aber unbedingt erschwinglich bleiben muss.

FACTS office: Was ist für Sie das Wichtigste in einem Unternehmen?

Vogel: Das Wichtigste, das ein Unternehmen auf der Habenseite vorzuweisen hat, sind ohne Zweifel seine Mitarbeiter. Und sie sind auch der kostenintensivste Posten in der Bilanz. Grund genug also, den Arbeitsplatz den Bedürfnissen entsprechend einzurichten, sodass Mitarbeiter gerne und motiviert für ihr Unternehmen arbeiten. Absolut notwendig ist es auch, anhand der Einrichtung die Kommunikation zu fördern, da innovative Ideen meist im Gespräch und im Austausch von Denkanstößen entstehen.

Klaus Leifeld ■