


Selbst montieren oder outsourcen – was ist besser?

Viele Küchenstudio-Betreiber haben als Monteure angefangen. Je größer und erfolgreicher ein Küchenstudio wird, desto häufiger werden Montageaufträge an externe Unternehmen vergeben. Das kann sinnvoll sein. Doch wer die Montage an Externe delegiert, vergibt auch wertvolle Chancen zur Gewinnung und Bindung von Kunden. Volker Schmidt von der SEB Steuerberatung stellt das Für und Wider dar.



Die Küchenmontage:
Für den Kunden der aufregende
Abschluss der Küchenplanung.

Gleich vorweg muss ich eins klarstellen: Wie bei vielen Fragen des Lebens gibt es auch für die Entscheidung Fremd- oder Eigenmontage keine allgemeingültige Antwort. Aus unserer Erfahrung wissen wir, dass das Outsourcing für manche Küchenstudios zu besseren Ergebnissen führt; bei anderen wiederum bringt die Eigenmontage sichtbare Vorteile. Beginnen wir also damit, die Vor- und Nachteile der jeweiligen Entscheidung zu beleuchten.“

Eigenmontage vs. Fremdmontage

Wer auf eigene Monteure setzt, sieht sich vor allem mit zwei möglichen Problemen konfrontiert: Krankheit oder Kündigungen können zu Ausfällen und Personalengpässen führen – und damit Kosten verursachen.

Eine unpassende Auslastung kann sich ebenfalls negativ auf die Bilanzen auswirken: Sind die Monteure unterbeschäftigt, verursachen sie Personalkosten, ohne Geld in die Kasse zu bringen; sind sie überbeschäftigt, steigt das Reklamationsrisiko. Außerdem können bei dauerhafter Überlastung gesundheitliche Ausfälle die Folge sein, womit wir wieder bei Punkt 1 wären. Diese Risiken vermeiden Küchenstudios, die mit Drittmonteuren zusammenarbeiten. Sie bezahlen nur, wenn die Montage erledigt wird. Sie können feste Kosten einkalkulieren. Sie vermeiden Investitionen in Werkzeug und Fahrzeuge – und haben durch weniger Personal entsprechend weniger Probleme durch Urlaube, Krankheiten oder Kündigungen.

Auf der anderen Seite birgt aber auch die Drittmontage spezifische Risiken: Ein Montageunternehmen hat im Regelfall mehrere Auftraggeber. Es kann also nicht in jedem Fall nach Notwendigkeit eingesetzt werden. Häufig konnten wir beobachten, dass Aufträge abgesagt wurden, weil ein anderer Auftraggeber mehr oder stetigere Angebote machte. Ein weiterer typischer Streitfall sind Abwicklung und Kostenfragen bei Reklamationen: Geht die Steinplatte kaputt, zieht die Frage, wer zahlt, häufig langwierige Diskussionen oder sogar Rechtsstreitigkeiten nach sich.

Küchenmontage als Erfolgsfaktor

Die edle Steinarbeitsplatte kann natürlich auch bei der Selbstmontage kaputtgehen oder falsch zugeschnitten werden – trotzdem bringt die eigene Montage eine Reihe an Vorteilen mit sich, ja, sie kann sogar ein wichtiger Erfolgsfaktor für das eigene Geschäft werden. Eine wesentliche Auswirkung hat die Montage – und jeder Küchenstudio-Betreiber wird sich fragen, ob er diese wirklich in die Hände eines externen Dienstleisters legen möchte: Die Montage ist (mehr noch als Küchenkauf und fertige Küche) die beste „Kunden-werben-Kunden“-Maßnahme. Warum? Wenn sie reibungslos gelingt, hinterlässt es einen bleibend positiven Eindruck beim Kunden – was er im Gespräch mit Freunden, Bekannten, Kollegen und Familie sicherlich auch erzählen wird.

Montage als wertvoller Kontaktpunkt

Für den Kücheneinzelhandel ohne eigene Montage gibt es im Wesentlichen nur eine Gelegenheit, ein positives Bild beim Kunden zu hinterlassen: bei Planung und Kauf der Küche, eventuell noch bei der Abnahme. Die Montage erweitert den Kundenkontakt: Anlieferung, Montage, Reklamationsbearbeitung, Abnahme und Inbetriebnahme. All diese Momente sind wertvolle Kontaktpunkte, die Küchenstudios für sich und ihr „friendly marketing“ nutzen können. Die neue Küche soll beim Kunden Zufriedenheit oder besser noch: Begeisterung auslösen. Wenn Montage und Inbetriebnahme sauber, reibungslos und kundenfreundlich verlaufen, kann dies sogar trotz Unzufriedenheit mit dem Planungsteil zu Kundenempfehlungen führen. Darüber hinaus ist die Montage ein weiterer Posten, mit dem Umsatz und Gewinn gesteigert werden können.



Foto: Biermann



Volker Schmidt, SEB Steuerberatung

Neben seiner Tätigkeit als Steuerberater und Vereidigter Buchprüfer ist Volker Schmidt (Foto) auch Fachberater für Unternehmensnachfolge und Fachberater für die Umstrukturierung von Unternehmen. Das Unternehmen SEB ist eine Gesellschaft mit rund 50 Mitarbeitern. Seit 1990 ist das Unternehmen für den Kücheneinzelhandel tätig und hat sich im Laufe der Jahre auf dieses Feld spezialisiert. Derzeit

werden rund 80 Kücheneinzelhandelsunternehmen unterschiedlicher Größen mit diversen Verbandszugehörigkeiten betreut. Persönliche Beratung gewährleistet SEB durch einen hohen Digitalisierungsgrad und mehrere Präsenztermine. Kunden werden in betriebswirtschaftlicher, steuerrechtlicher, buchhalterischer und datenschutzrechtlicher Hinsicht betreut.

Voraussetzungen für eine erfolgreiche Eigenmontage

Natürlich kann nicht jedes Küchenstudio eine erfolgreiche Montage leisten. Und wenn die Voraussetzungen dafür nicht erfüllt sind, sollte man besser Abstand von der Eigenmontage nehmen. Denn: Planung und Qualität der Küche können noch so gut sein, wenn der Einbau nicht ordentlich läuft, wird man verständlicherweise keinen zufriedenen Kunden gewonnen haben. Was muss ich nun beachten, wenn ich eine Küche einbaue? Zunächst muss ich prüfen, ob mein Küchenhandel die Grundvoraussetzung erfüllt. Betreiber und Mitarbeiter müssen das Zusammenspiel von einerseits Planung und Bestellung und andererseits Lieferung, Aufbau und Nacharbeiten beherrschen. Die Monteure müssen ihr Handwerk verstehen, die Planer ebenso – und vor allem müssen sie gut zusammenarbeiten. Was aus Sicht der betriebswirtschaftlichen Beratung sonst noch zu einer guten Montage gehört, haben wir nachfolgend zusammengefasst (siehe auch Kastentext „Checkliste“).

Kalkulation und der Umgang mit Reklamationen

Wer die Montage mit übernehmen möchte, muss dies natürlich auch in seine Preisgestaltung miteinbeziehen. Wir haben hier auf Basis der vielen Küchenstudios, die wir betreuen, einen Wert ermittelt, mit dem man ziemlich verlässlich auf der sicheren Seite ist: 8,5% des Kaufpreises sollte für Auslieferung und Montage kalkuliert werden, außerdem 1,5% für eventuelle Reklamationen. Diese Werte sollten nicht unterschritten werden.

Apropos Reklamationen: Man sollte sich bewusst sein, dass diese keine K.O.-Kriterien sind. Sie lassen

sich sogar ins Positive wenden. Wenn Beschwerden oder Verbesserungswünsche schnell und effektiv erledigt werden, demonstriert das gegenüber dem Kunden Leistungsfähigkeit und Professionalität des Kücheneinzelhändlers. Unsere Aufzeichnungen haben außerdem ergeben, dass Reklamationen im Schnitt zu Kosten in Höhe von rund 250 Euro geführt haben – ein existenziell bedrohendes Risiko sind sie also im Regelfall nicht. Besonders teure Reklamationen können sich etwa bei den bereits erwähnten Steinarbeitsplatten ergeben. Diese sind schwer zu verarbeiten. Fehler sind selten korrigierbar. Hier sollte man sich ein Verkaufskonzept überlegen, das die Risiken minimiert.

Vorteile des Montageprozesses optimal nutzen

Eine perfekte Küche und damit einen positiven Eindruck beim Kunden hinterlassen – das ist das wesentliche Ziel beim Montageprozess. Neben der Checkliste im Kasten sollte man sicherstellen, dass die Abnahme zu einem zentralen Termin im gesamten Verkaufsprozess wird. Hier sollten neben den Monteuren auch der Inhaber und natürlich die Kunden teilnehmen. Der Volksmund sagt: „Der letzte Eindruck zählt.“ Und dieser Termin ist der letzte persönliche Eindruck, den der Kunde von Ihnen mitnimmt. Kommt dazu noch eine Küche, die ihn begeistert, sind die besten Voraussetzungen für eine positive Mund-zu-Mund-Propaganda geschaffen.

Das Montagefahrzeug als kostenlose Werbefläche

Zuletzt noch ein weiterer interessanter Punkt: Die Montage kann sogar über das Empfehlungsmarketing hinaus zum Akquise-Instrument werden: Ihr Montagefahrzeug ist, vorausgesetzt es ist attraktiv gebrandet, für die Standzeit beim Kunden eine kostenlose Werbefläche. Und wer aktiv auf potenzielle Neukunden zugehen möchte, kann den Nachbarn ein Schreiben in den Briefkasten werfen. Anlass ist die Küchenmontage beim Kunden. Sie entschuldigen sich für etwaige Störungen – und hinterlassen so gleich auch bei den Nachbarn einen guten Eindruck. Der Nachbar braucht vielleicht im nächsten Jahr eine neue Küche, erinnert sich an Sie, fragt bei Ihrem Kunden nach, der noch immer schwärmt – und schon haben Sie die nächsten Kunden im Studio.

Checkliste für eine gute Montage

1. Treffen Sie verbindliche Zeitabsprachen und halten Sie diese ein.
2. Sorgen Sie für professionelles Aussehen und Verhalten der Monteure.
3. Halten Sie bei der Installation Kundenräume und Kundenanlagen sauber.
4. Prüfen Sie vorher, ob Teile fehlen, fehlerhaft oder beschädigt sind.
5. Stellen Sie sicher, dass Spezialwünsche des Kunden berücksichtigt werden.
6. Bauen Sie die Küche so wie geplant auf, und sorgen Sie dafür, dass alles genau passt.
7. Prüfen Sie die Funktionalität und weisen Sie die Kunden sorgfältig ein.