

„Verkauft euch nicht unter Preis!“

Josef Zagolla von der Teppich Schmitz GmbH, Köln, zum Thema Objektmarkt

Wie stellt sich der Objektmarkt in Deutschland aus Sicht des bodenlegenden Handwerks dar? Welchen Herausforderungen müssen sich Verarbeiter im Objektgeschäft stellen? eurodecor hat darüber mit Josef Zagolla, dem Geschäftsführer der Teppich Schmitz GmbH in Köln, gesprochen.

Was muss man als Objekteur tun, um eine vernünftige Marge zu bekommen und zu halten?

Wir haben bei uns häufig die Situation, dass wir uns gar nicht erst an Ausschreibungen beteiligen, wenn wir Kenntnis davon haben, dass bestimmte (gewisse) Kollegen mit aufgefordert sind. Der Objektbereich ist sehr, sehr stark umworben. Ich kann wirklich nicht nachvollziehen, warum die Kollegen, so preisaggressiv vorgehen. An dieser Vorgehensweise beteiligen wir uns nicht. Im Gegenteil, wir haben unser Preisgefüge sogar angehoben mit dem Ergebnis, dass wir Bessere und lukrative Aufträge bekommen. Meine Botschaft an die Kollegen lautet: Kalkuliert vernünftig und verkauft euch nicht unter Preis! Unsere handwerkliche Leistung erfordert Fachkenntnisse, die entsprechend honoriert werden müssen.

Allgemein geht man aber doch davon aus, dass Preiserhöhungen im Markt immer problematisch sind?

Die Kunden wollen unsere Qualität haben, ganz einfach! Es gibt immer noch genügend Auftraggeber, die gute Qualität suchen, weil sie offensichtlich schon negative Erfahrungen gemacht haben.

Wer sind ihre Auftraggeber und in welchen Regionen sind Sie tätig?

Wir arbeiten deutschland- und auch europaweit, wenn wir die Auftraggeber kennen. Wir arbeiten zu circa 75 Prozent für unsere Stammkunden, die wir hegen und pflegen. Über jeden Neukunden freuen wir uns, aber sortieren



FOTO: STOLPMANN

Josef Zagolla

Josef Zagolla kennt die Licht- und Schattenseiten des Objektmarktes. Seit 25 Jahren steht er mit seinem Unternehmen Teppich Schmitz GmbH, Köln, für hohe Qualität rund um das Thema Fußbodentechnik. Eines seiner Erfolgsgeheimnisse: „Nein“ sagen, wenn die Marge nicht stimmt. Zagolla engagiert sich zudem als Beirat im Netzwerk Boden, einer Leistungsgemeinschaft von Spezialisten rund um Bodenbeläge in Deutschland.

auch hier aus, wenn diese uns nicht seriös erscheinen. Für Generalunternehmer arbeiten wir so gut wie gar nicht mehr und lassen uns auch nicht auf diesen Preiskampf ein. Mit Ausnahme von zwei Unternehmen, bei den wir die Verantwortlichen persönlich sehr gut kennen und die sehr seriös bauen und vernünftig mit

Nachunternehmen umgehen. Wir konzentrieren uns lieber mit Erfolg auf unsere Stammkundschaft und das Empfehlungsgeschäft.

Welche Objekte sind für Sie besonders interessant? Welche Aufträge machen Ihnen am meisten Spaß?

Eigentlich machen mir alle Aufträge, ob groß oder klein, Spaß. Vor allen Dingen finde ich Objekte, die eine Kreativität verlangen und unsere fachlichen Leistungen erfordern, sehr interessant. Ob im Shop, Ladenbau, Fitnesscenter, Health Care, Gesundheitswesen, Wohnheime, Altersheime, Pflegeheime, Büro und Verwaltungsgebäude, Wohnungsbaugesellschaften, also Mehrfamilienhäuser und Geschosswohnungsbauten, Ein- und Zweifamilienhäuser im Privatbereich, Altbausanierung von Wohngebäuden, Bildungswesen, sprich Kindergärten, Schulen, Universitäten, Museen, Sporteinrichtungen oder Industrie, all diese machen uns richtig Spaß.

Haben Sie bei diesem großen Spektrum ein Lieblingsobjekt?

Ich habe viele Lieblingsobjekte, und zwar die, an die sich meine Kollegen nicht ran getraut haben, weil sie zu anspruchsvoll und eine hohe handwerkliche Qualität erfordern. Und solche Objekte, bei denen ich meine Ideen selbst mit einbringen kann.

Objektkollektionen sind heute weniger schlicht und funktional als früher, sondern beim Design oft so ansprechend wie Kollektionen für den Endverbraucher. Honoriert das der Auftraggeber im Objekt und geht beim Design auch mal andere Wege?

Grundsätzlich muss man sagen, dass die Kollektionen auf jeden Fall anwenderfreundlicher geworden sind. Sie sind handlicher und kompakter geworden. Die dargestellten Raumbilder sind meiner Meinung nach zu hochge-

griffen – kaum ein Kunde wohnt in diesen dargestellten Räumlichkeiten. Hier sollte die Industrie auf einen normalen Standard zurückgehen und mal die oft zitierte „Lieschen Müller“ mit einer Durchschnittswohnung zeigen. Wir arbeiten sehr gerne mit Architektenkarten, um vor Ort beim Kunden die erste Beratung durchzuführen. Lieber habe ich es, wenn der Kunde zu uns in unseren Showroom kommt. Oft fehlt den Kunden aber der Mut, sich für ein außergewöhnliches Design zu entscheiden. Tun sie es doch, sind sie dann aber sehr begeistert.

Die Auswahl an Bodenbelägen für das Objekt ist heute kaum noch überschaubar und ständig wächst das Sortiment. Nach welchen Kriterien wählen Sie, wählen Ihre Kunden ihren Bodenbelag aus?

Im Grunde ist es egal, für welchen Bodenbelag sich unsere Auftraggeber entscheiden. Für uns ist es wichtig, dass nur namhafte europäische Hersteller zur Ausführung gelangen.

Die Industrie setzt zunehmend auf ein breites Produktportfolio mit der Argumentation ‚Alles aus einer Hand‘. Ist das bei der Auswahl des Lieferanten für Sie entscheidend?

Nein, wir hier bei uns in Köln sagen gerne „Schuster bleib‘ bei deinen Leisten“.

Welcher Bodenbelag ist derzeit besonders bei Architekten beliebt? Dreht sich auch hier vieles um Designbeläge?

Die Architekten ticken sehr verschieden, und es kommt immer darauf an, in welchen Segmenten sie tätig sind. Designbeläge und auch Beschichtungen in Betonoptik sind bei Architekten sehr beliebt.

Was denken Sie: Wie wird sich der Objektmarkt in den nächsten fünf bis zehn Jahren entwickeln?

Die Themen Vertrauen, Verlässlichkeit und Qualität werden sicher bei der Zusammenarbeit zwischen Industrie und den ausführenden Unternehmen noch mehr an Bedeu-

tung gewinnen. Insbesondere das Argument ‚Made in Europa‘ auf Produktseite und Nachhaltigkeit zieht zunehmend bei den Kunden und dafür sind sie auch bereit, mehr zu bezahlen. Denn ‚Made in Europa‘ bedeutet Sicherheit!

Sie sind Beirat im Netzwerk Boden und engagieren sich dort. Welche Bedeutung hat das Netzwerk Boden in diesem Zusammenhang und für Sie persönlich?

Mit Netzwerk Boden sehe ich eine Möglichkeit, dass das Gewerk Bodenleger/Parkettleger/Fliesenleger wieder auf ein vernünftiges Niveau gebracht wird. Insbesondere der Austausch von Know-how, das Überbrücken von Personalengpässen und das bundesweite Arbeiten auf hohem Niveau sind für uns sehr wichtig. Wir wollen die Besten der Besten in der Branche sein und eventuell noch ein paar gute Firmen dazugewinnen, um flächendeckend vertreten zu sein. ■

NICOLE STOLPMANN

