

Wo gibt es sie noch, die Fachhändler, die sich in der Welt des signalfarbenen Mainstreams mit einer eigenen Linie behaupten? Welches Geschäft setzt sich ab mit individuellem Stil und hat damit Erfolg? In unserer Serie BestSeller stellen wir Vertreter der Branche vor, die sich durch ein besonderes Geschäftskonzept, eine individuelle Präsentationstrategie oder durch ihre ausgefallene Sortimentspolitik als BestSeller qualifizieren.

Heute in Folge 14: Fehlbäum in Gerolzhofen

Darf es ein bisschen mehr sein?

Idyllisch in die fränkischen Kleinstadt Gerolzhofen eingebettet liegt ein wahres Multitalent der Elektro-Branche. Denn die Leistungen der Firma Fehlbäum gehen weit über den Verkauf und die Lieferung von Waren hinaus. Für das ganzheitliche Engagement erhielt das Familienunternehmen jüngst das TÜV-Siegel „zertifizierte Kundenzufriedenheit“.



Im Familienbetrieb kümmert sich neben Jochen Fehlbäum auch seine Frau Anja um die Kunden.

„Stillstand ist der Tod“, erklärt Jochen Fehlbäum uns beim Besuch in seinem Geschäft. Diese Überzeugung scheint in den Genen zu liegen, denn sein Großvater wagte im Jahr 1945 den Schritt in die Selbständigkeit. Damals gründete er den Elektro-Fachhandel in der Gerolzhöfer Innenstadt. Seitdem wurde der Betrieb ständig optimiert und den wandelnden Marktanforderungen angepasst. So gab es zunächst nur ein Haupthaus mit Kleingeräten und Lampen. Es folgten direkt nebenan eine weitere Filiale mit brauner Ware sowie eine dritte Niederlassung mit Großgeräten und Werkstätten. 1995 zog das Geschäft, das mittlerweile von Jürgen Fehlbäum in zweiter Generation geführt

wurde, an den Stadtrand. „Die Zergliederung in mehrere Standorte war nicht mehr zeitgemäß“, begründet dessen Sohn und heutiger Inhaber Jochen Fehlbäum die Entscheidung. „Außerdem sind eigene Parkplätze in unserer Branche Pflicht.“

So wurde auf einem Grundstück direkt an der Durchfahrtsstraße ein Betrieb mit rund 550 Quadratmetern Verkaufsfläche errichtet. Schon von weitem machen Fahnenmasten mit Euronics-Flaggen die Vorbeifahrenden aufmerksam. Kommen die Passanten näher, werden sie von den großen Fensterfronten und dem lichtdurchfluteten Eingangsbereich mit Glasdach zum Eintreten animiert. Im Innenbereich sorgen

die helle Farbgestaltung, der Fußboden in Holzoptik und die leise Hintergrundmusik für Wohlfühlmosphäre. Das Sortiment ist übersichtlich nach Warengruppen gegliedert und erstreckt sich von weißer und brauner Ware über Telekommunikation bis zu Computern und Konsolen. „Unsere Stärke lag schon immer bei den Großgeräten“, erläutert Jochen Fehlbäum das Konzept. „Wir sind seit über 40 Jahren Vertragskundendienst bei den Siemens-Hausgeräten, in den letzten Jahren gewinnen aber auch die anderen Sortimentsbereiche immer stärker an Bedeutung.“

Hausbesuche nach Feierabend

Der Verkauf seiner Produkte ist jedoch nicht das einzige Standbein von Fehlbäum. Die Elektroinstallation nimmt ebenfalls einen wichtigen Stellenwert ein, soll langfristig sogar die Hälfte aller Aktivitäten ausmachen. Dies spiegelt sich auch beim Personal wider: Von 16 Mitarbeitern sind acht in der Elektroinstallation beschäftigt. Sie liefern gekaufte Waren zu den Kunden nach Hause, nehmen sie in Betrieb und vernetzen sie mit bereits vorhandenen Geräten. Auch die Instandsetzung beschädigter Waren gehört zum Leistungsumfang. Dabei müssen diese nicht unbedingt aus dem eigenen Geschäft stammen. „Wir reparieren alles, was ei-



Ein starker Partner: Seit über 40 Jahren kooperiert Fehlbäum mit Siemens im Großgeräte-Bereich.



Ein echter Hingucker: Fehlbaum lockt die Passanten mit Flaggen, Plakaten und großen Schaufenstern.

nen Stecker hat“, berichtet der Inhaber. Schließlich sei dies ein geeigneter Weg der Kundengewinnung und -bindung. Lange Wartezeiten müssen die Besitzer der defekten Geräte nicht in Kauf nehmen, denn für Notfälle sind die Monteure rund um die Uhr erreichbar. „Das ist der Vorteil eines kleinen Betriebes“, so Jochen Fehlbaum. „Bei uns gibt es eine familiäre Bindung, irgendjemand von uns ist immer da.“

Während die Elektroartikel der Kunden repariert werden, müssen diese auf keinerlei Komfort verzichten. Denn in vielen Produktbereichen kann das Geschäft Leihgeräte zur Verfügung stellen, bis der Schaden behoben ist. Tiefkühltruhen werden sogar angefroren, damit die Kunden sie sofort in Betrieb nehmen können und keine Lebensmittel auftauen. Doch nicht nur im Fall einer Instandsetzung gibt Fehlbaum Leihgeräte heraus. Auch für Feiern oder schlichtweg zum Ausprobieren der Produkte können In-



Hier erhalten Kunden ausführliche Informationen über den Energieverbrauch der Elektrogeräte.

teressenten die Kühlschränke und -truhen mitnehmen. Dies ist oft sogar kostenlos.

Den Kunden beim Sparen helfen

Für eine weitere, ganz besondere Serviceleistung kooperiert das Fachgeschäft mit der Deutschen Energie-Agentur. Denn bevor ein Kunde sich für ein bestimmtes Produkt entscheidet, erhält er von den Fehlbaum-Mitarbeitern wertvolle Tipps zum Energiesparen. Die entsprechenden Auszeichnungen auf den Waren werden erklärt, und es liegen weiterführende Informationsbroschüren aus. Am Computer berechnen die Verkäufer sogar aufgrund individueller Verhaltensangaben der Konsumenten, wie viel Strom und somit Geld diese sparen könnten. „Der Energieverbrauch ist bei unseren Kunden ein großes Thema und wird aktiv nachgefragt“, erklärt der Geschäftsführer.

Dass der Kaufmann auf derartige Bedürfnisse gezielt eingeht, zeichnet sich auch für ihn aus. So hat der TÜV Süd ihm im Frühjahr das Siegel „zertifizierte Kundenzufriedenheit“ verliehen. Grundlage dieser Auszeichnung war eine bundesweite Befragung von über 10.000 Teilnehmern zu ihrer Zufriedenheit mit verschiedenen Euronics-Geschäften. Die Bewertungen für Fehlbaum waren überdurchschnittlich gut, nun kann der Unternehmer damit gezielt werben und neue Käufer ansprechen.

Doch der Händler ruht sich nicht auf dem Erreichten aus, sondern strebt weiter nach der Optimierung seiner Leistungen. So möchte er demnächst schon direkt beim



Dank guter Beratung und umfangreicher Serviceleistungen erhielt das Geschäft ein Kundenzufriedenheits-Siegel.

Verkauf gemeinsam mit seinen Kunden Checklisten ausfüllen. Dadurch soll noch schneller ersichtlich werden, wie die individuellen Wünsche und der jeweilige Handlungsbedarf aussehen. Außerdem werden die Punkte, die die Teilnehmer der Befragung angesprochen haben, in Zukunft gezielt aufgegriffen und eventuelle Änderungen umgesetzt. „Wir wollen den Kunden zeigen, dass ihre Meinung uns wichtig ist und wir uns danach richten“, erklärt Jochen Fehlbaum.

Werbung in eigener Sache

Neben dem umfangreichen Service setzt das Unternehmen auf Werbung, um im Gespräch zu bleiben. Alle zwei bis drei Monate finden Mailingaktionen statt, auch Zeitungsbeilagen werden genutzt. Der Inhaber begründet: „Wir möchten der Öffentlichkeit demonstrieren, dass wir preislich mit den großen Warenhäusern mithalten können.“ Die Unterstützung durch Euronics sei auf diesem Gebiet sehr groß, außerdem ist Fehlbaum Mitglied in einer regionalen Werbegruppe. Deren Motto lautet „Persönlich und charmant“, und gerade der erstgenannte Faktor ist für Fehlbaum sehr wichtig. „Kundenbindung funktioniert über Emotionen“, so der Unternehmer. Deshalb betreibt er zwar eine Homepage, aber keinen Internet-Shop. Dort zähle nur der Preis, und dies ist nicht im Sinn des Geschäftsmannes. Denn: „Wir möchten nicht nur Produkte verkaufen, sondern Lösungen.“ (sah)