



Thomas Scheld

Foto: C.A.T.S. Soft

Maler machen Markt!

Das Software- und Beratungsunternehmen C.A.T.S.-Soft GmbH startet zur FARBE 2005, gemeinsam mit dem Malerblatt, die Marktinitiative „Farbe macht glücklich“. Was steckt dahinter?

Herr Scheld, Sie sind Geschäftsführer eines Unternehmens, das für Maler und Stuckateure Software anbietet. Jetzt hatten Sie die Idee für die Aktion „Farbe macht glücklich“, die auf der Messe FARBE in Köln starten soll. Wieso kommt so eine Idee von einem Experten für Software und Betriebswirtschaft?

Genau deshalb. Weil wir eben nicht nur eine Softwareschmiede sind, sondern weil wir uns auch sehr intensiv auf dem betriebswirtschaftlichen Spielfeld bewegen. Wir wollen den Betrieben helfen, erfolgreicher zu sein. Das ist ein ganzheitlicher Ansatz, der nicht beim Softwareeinsatz stehen bleibt. Und wenn Sie heute in die Betriebe, in die ganze Branche, reingucken, dann sehen Sie, dass sich etwas bewegen muss. Die Betriebe brauchen mehr betriebswirtschaftliches Know-how. Und sie brauchen mehr Aufträge und vor allem wieder tragfähige Preise. Und genau da setzt „Farbe macht glücklich“ an – ganz vorne im Markt, beim Auftraggeber.

Sie sind auch Autor des Malerblatts und kamen auf uns zu mit der Marketing-Idee für den Handwerker. Warum haben Sie gerade uns gefragt?

Bei „Farbe macht glücklich“ müssen die Betriebe mitmachen, und dazu müssen sie wissen, was läuft. Da liegt es nahe, eine Fachzeitschrift einzubeziehen, zu der ich einen guten Draht habe.

Wir beim Malerblatt kümmern uns regelmäßig um Marktthemen. Ist das nicht genug?

Die große Mehrheit der Maler in Deutschland arbeitet auf der Baustelle auf einem sehr hohen technischen Niveau. Unser Bildaufmaß ist da ein Beispiel. Und es werden die besten Materialien verarbeitet. Gleichzeitig fällt das Umsatzvolumen der Branche von Jahr zu Jahr. Ich sehe das ziemlich pragmatisch: Ohne tragfähige Aufträge kein Betriebserfolg. Und genau da hapert es bei vielen Betrieben. Die wissen einfach nicht, wie sie an gute Kunden kommen können. Das war ja früher auch nicht nötig, da kamen die gu-



ten Aufträge von alleine. Aber heute, im „Geiz ist geil“-Zeitalter, müssen die Betriebe aktiv werden. Ihre Marktthemen liefern da oft gute Ideen, aber die müssen die Betriebe auch umzusetzen wissen. Und da fehlt oft noch viel.

Bisher haben Sie die Verbände in die Aktion nicht einbezogen. Warum nicht?

Wer etwas bewegen will, der muss damit anfangen. Und wenn eine Sache angefangen ist, dann machen oft auch viele mit. Auf der Messe FARBE trifft sich die gesamte Branche, und das ist eine tolle Chance anzufangen. Und genau das tun wir.

Wäre es nicht gut gewesen einen der großen Hersteller als Partner zu gewinnen?

Es ist leider so, dass die „Großen“ überwiegend mit sich selbst beschäftigt sind. Da werden Werbe-Millionen in Aktionen gesteckt, die den Maler davon überzeugen sollen, dass er in Zukunft die Produkte des einen Herstellers denen des anderen vorziehen soll. Verdrängungswettbewerb – Wachstum auf Kosten der Marktanteile des anderen. Das ist aus Sicht der Hersteller zwar verständlich, bringt aber dem Markt keinen einzigen neuen Auftrag, und damit hilft es den Malerbetrieben nicht. Wir setzen weiter vorne an, bei den Betrieben und deren Auftraggebern.

Was wäre, wenn Verbände oder auch Hersteller mitmachen wollten, damit die Sache schneller in die Breite geht?

Nichts dagegen. Jeder ist willkommen.

Was genau verbirgt sich hinter der Aktion?

Die Idee zu „Farbe macht glücklich“ stammt aus unserer Beraterpraxis. Hier stellen wir immer wieder fest, dass in den Betrieben ein grundsätzliches Umdenken stattfinden muss. Es reicht nicht mehr an einer Ausschreibung teilzunehmen, um einen Auftrag zu erhalten. Denn es gibt immer einen, der billiger ist. Also müssen neue Ideen und Konzepte her, um an Kunden zu kommen. Und deren Umsetzung scheitert häufig an den finanziellen Möglichkeiten des einzelnen Betriebs. Genau da setzt die Marktinitiative an. Wir haben ein Marketing-Konzept entwickelt, mit dem jeder einzelne Betrieb in seinem direkten Umfeld mehr Markt machen kann – einfach und ohne große Kosten. Von uns bekommt er dafür ein Aktionspaket mit klaren Vorgaben, die er einfach nur umsetzen muss. Da ist der Erfolg vorprogrammiert.

Wer sich für „Farbe macht glücklich“ interessiert, wie kommt der an die notwendigen Informationen?

Wer teilnehmen will, der kann uns gerne auf der FARBE besuchen. Da

sind wir in Halle 10.2, Stand A-060. Jeder ist herzlich willkommen.

Zielgruppe der Kampagne sind unter anderem auch Frauen. Warum das?

Weil Aufträge nicht nur von Männern vergeben werden. Gerade in der häuslichen Gestaltung sind die Frauen oft die Zuständigen. Und damit spielen Kinder und Familien eine Rolle. „Farbe macht glücklich“ wird ein Auslöser sein, der sich schnell verbreiten kann und der sich in den Köpfen der Menschen verankert. Dahinter steht Freude an Farbe und Wohngefühl.

Sie haben die Kennzahlen der Branche und auch als Berater bei etlichen Betrieben einen direkten Einblick. Geht es der Branche so schlecht, dass Sie die Notwendigkeit für eine Art „Hilfsaktion“ sehen?

Wenn Sie sehen, dass in den letzten Jahren der Branchenumsatz um Werte zwischen einer halben und einer Milliarde Euro pro Jahr zurückgegangen ist, und wenn Sie sehen, dass die Betriebe ihre Betriebs- und damit Kostenstrukturen so schnell nicht anpassen konnten. Und wenn Sie betrachten, dass der Durchschnittsbetrieb nur über sieben Prozent Eigenkapital verfügt, dann ist die Situation in vielen Betrieben wirklich alarmierend.

Warum sollten die Malerbetriebe bei der Aktion mitmachen?

Weil die Betriebe hier die Chance haben, mehr Markt zu machen – für sich und für die gesamte Branche. Und das ohne großen finanziellen Aufwand. Mitmachen kann man als Einzelbetrieb, als Gruppe oder sogar als Innung. Und zu verlieren gibt es auch nichts!

Und was sagen Sie denjenigen, die behaupten, die Branche sei von der Konjunktur abhängig, und da könne man nichts ändern?

Keine Frage, es gibt immer „Macher“ und „Nichtstuer“, und letztere werden immer Argumente für ihre Lethargie finden. Im Zweifel ist es die Angst, etwas falsch machen zu können. Aber wer nichts tut, der kann auch nichts erreichen. Und da gefällt mir die Seite der „Macher“ dann doch besser.

Farbe macht glücklich

In Zeiten rückläufiger Branchenumsätze und verhaltener Konjunkturerwartungen wird das Maler- und Stuckateurhandwerk immer mehr von einem ruinösen Verdrängungswettbewerb geprägt. Noch nie war der Preiskampf so hart, noch nie die Zukunftsangst bei den Betrieben so groß. Es ist an der Zeit etwas zu ändern. Es muss wieder mehr Markt entstehen.

Märkte entstehen durch Kunden, die etwas kaufen wollen. Dahinter steht immer das Interesse an Produkten und Dienstleistung. Wer es versteht, Interesse zu wecken und aus Interesse Bedürfnisse werden zu lassen, der kann Märkte machen.

Genau hier setzt „Farbe macht glücklich“ an. Die Marktinitiative der C.A.T.S.-Soft GmbH und des Malerblatts will einerseits dem einzelnen Betrieb mehr Präsenz in seinem Markt vor Ort verschaffen, und andererseits das Interesse der Gesellschaft am Maler- und Stuckateurhandwerk als Ganzes fördern.

Hierzu wurde ein professionelles Marketingkonzept entwickelt und mit „Farbe macht glücklich“ ein einprägsamer und zugleich aussagekräftiger Slogan kreiert. Im Rahmen des Aktionspakets werden konkrete Handlungsanweisungen gegeben, die vom teilnehmenden Betrieb in seinem Markt vor Ort einfach und ohne große Kosten umgesetzt werden. Die Aktion startet auf der FARBE 2005. Weitere Informationen gibt es auf dem Messestand der C.A.T.S.-Soft GmbH oder im Internet unter www.farbe-macht-gluecklich.de.

Herr Scheld, vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Ulrich Schweizer.

Kontakt:
C.A.T.S.-Soft GmbH
Eigenroder Straße 1
35075 Gladenbach
Tel.: (06462) 9374-0
Fax: (06462) 9374-30
www.cats-soft.de