

Marktplatz - deutsche Sprache in der Wirtschaft

Folge 23: Franchising / Baumärkte

Autoren: Carsten Kempf, Veith Hornig

Redaktion: Thomas Kirschning

Sendemanuskript

Die Personen:

Vater

Sohn

Baumarkt-Angestellter

Manfred Maus, OBI-Gründer

Maria Herendi, OBI Ungarn

Frigyes Filo, OBI Ungarn (sprich: Frigesch Filo)

Heimwerker

Sprecher 1

Sprecher 2

Vorspann

Sprecher:

"Marktplatz - deutsche Sprache in der Wirtschaft.

Thema heute: Baumärkte

Autoren der Sendung: Carsten Kempf und Veith Hornig

**Regie: Hämmern und Sägen, im Hintergrund dudelt leise
das Radio.**

Spielszene**Vater:**

Gib' mir mal den Zollstock bitte!

Sohn:

Hier hast du ihn.

Vater:

So, Sohnmann. Dann werde ich mal abmessen, wie lang diese Latte ist. Dann wissen wir auch, wieviele Schrauben wir brauchen, um sie festzumachen. Der Herbert hat nämlich gesagt, alle 25 Zentimeter eine Schraube.

Sohn (betont kritisch):

Alle 25 Zentimeter. Das ist aber ein ziemlich kurzer Abstand. Ob das so stimmt? Also, ich weiß nicht...

Vater (mit lauter Stimme):

Jetzt reicht's mir aber. Alles weist du besser! Entweder du bist jetzt ruhig und hilfst mir, oder du gehst. Ich muß mich jetzt konzentrieren. Wenn man einen Dachboden ausbaut, dann muß man nämlich vor allem streng logisch vorgehen...(Vater klappt das Metermaß auf)

Also alle 25 Zentimeter eine Schraube. Drei, vier, fünf, sechs. (Das Metermaß klappert) Wenn man nämlich vorher nachdenkt, kann man sich nachher viel Arbeit ersparen. OK, sechs Schrauben brauchen wir für ein Brett. Wir haben zehn Bretter, das macht dann also nach Adam Riese 60 Schrauben. Die kannst du mir schon mal abzählen und hier hinlegen.

Sohn (spöttelnd):

Oh Wunder! Daß ich auch mal was machen darf. *kramt in der Werkzeugkiste, metallisches Klingeln* Warte mal. Hier sind 8, und da noch mal 3 Tut mir leid, Papa (mit gekünstelt erschrockener Stimme). Wir haben nur 13 Schrauben ...

Vater:

Das kann doch gar nicht sein. Du hast nicht richtig geguckt. Zeig' mal her. Wenn man in diesem Haus nicht alles selber macht, dann wird das ja sowieso nichts. *Pause* Das gibt's doch nicht. Mist. Wir müssen wohl doch noch ein paar Schrauben kaufen. Und außerdem fehlen uns auch noch die passenden Muttern. Und wenn wir ohnehin schon unterwegs sind, können wir auch gleich noch die fehlenden Latten kaufen. Am besten, wir fangen bei Eisen Karl an.

Sohn:

Aber der hat doch über Mittag zu. Laß' uns in den Baumarkt an der Ringstraße gehen. Da bekommen wir alles unter einem Dach.

Sprecher 1:

Alles unter einem Dach - das ist der Vorteil von Baumärkten gegenüber kleinen Fachgeschäften. In Deutschland gibt es 4153 solcher Märkte, in denen so ziemlich alles angeboten wird, was der Heimwerker braucht: Angefangen bei Holzplatten und Farbeimern über Tapeten und Teppichböden bis hin zu Schrauben und Bohrmaschinen. Heimwerkerbedarf ist gefragt: Insgesamt 64,7 Milliarden Mark gaben die Deutschen 1995 dafür aus.

Sprecher 2:

Viele der Baumärkte in Deutschland gehören zu großen Handelsketten - oder sie sind selbständig, aber verkaufen ihre Produkte unter einem gemeinsamen, eingeführten Markennamen: Experten nennen das Franchising, ein System, das auch in anderen Branchen geläufig ist. Coca-Cola und McDonald's sind dafür berühmte Beispiele. Franchising heißt: Ein selbständiger Unternehmer - der Franchise-Nehmer - pachtet eine profitable Geschäftsidee samt Markennamen und zahlt dafür eine Gebühr. Und zwar an den Franchise-Geber, also an denjenigen, der die Geschäftsidee hatte

und den Markennamen einführte. Nach diesem System funktionieren auch die mehr als 300 deutschen Baumärkte der Firma OBI. OBI-Gründer Manfred Maus erinnert sich an den Beginn seiner Firmenidee im Jahr 1970.

Maus:

Es gab in unserer Branche kein vergleichbares Beispiel. Ich habe mich damals sehr stark um Franchising gekümmert. Hat mich sehr fasziniert die Idee, nämlich einen Systemkopf, einen Franchise-Geber, eine Organisation aufzubauen, wo das Know-how gebündelt wird, um zu einer Arbeitsteilung zu kommen. Es ist die modernste Form der Kooperation, in einem straffen Rahmen zur Arbeitsteilung zu kommen. Nämlich einmal zu denken, und dreihundert mal anzuwenden, muß produktiver sein, als dreihundert mal zu denken und dreihundert mal anzuwenden.

Sprecher 2:

So produktiv funktioniert's für Manfred Maus, der auch Vizepräsident des Europäischen Franchise-Verbandes ist, in der Theorie. Doch wie soll das in der Praxis laufen?

Maus:

Erstens: Alle administrativen Aktivitäten aus dem einzelnen Laden herauszunehmen und auf den Systemkopf zu verlagern. Dort kann ich Maschinen einsetzen, sprich: große Warenwirtschaftssysteme, Computer. Es braucht 50.000 Artikel, um ein kompetentes Sortiment darzustellen.... Ich brauch' dazu ein

Warenwirtschaftssystem, wo jeder einzelne Artikel auf der Eingangsseite und auf der Ausgangsseite erfaßt wird. Das kann sich aber ein einzelner überhaupt nicht erlauben, weil es Millioneninvestitionen bedarf. Wenn ich das in der Gruppe mache, dann kann ich das bezahlbar machen.

Sprecher 1:

Beim Franchising hängt alles von der Zusammenarbeit ab. Die Aufgaben sind klar verteilt. Der Franchise-Nehmer kümmert sich um den Verkauf und führt das Personal. Im Gegenzug regelt der Franchise-Geber alle anderen anfallenden Aufgaben, zum Beispiel Marktforschung, Werbung, Präsentation, Buchhaltung und Kostenrechnung. Dafür zahlt ihm der Franchise-Nehmer eine Gebühr. Im Fall von OBI beträgt sie 2,5 Prozent vom Umsatz.

Sprecher 2:

Dieses Konzept kam an. 1970 öffnete der erste OBI-Baumarkt in Hamburg seine Türen. Heute gibt es europaweit 345 Märkte, die 1996 zusammen einen Umsatz von fünf Milliarden Mark erreichen wollen.

Doch nicht allein die gute Geschäftsidee bescherte diesen Erfolg. Entscheidend ist für Manfred Maus der Gedanke des "Do-it-yourself", der in den 60er Jahren allmählich aufkam. Auf deutsch heißt Do-it-yourself schlicht und einfach: "Mach es selbst". Warum sich dieser Trend in der Bundesrepublik durchsetzte, hat für Manfred Maus vor allem einen Grund:

Maus:

Man muß natürlich schon bemerken, daß die Entwicklung des do-it-yourself in Deutschland ja nur möglich war durch die Freizeit, die es damals gab, wennaß also die Menschen am Freitag nachmittag um 15 Uhr oder um 16 Uhr, später dann um 14 Uhr von der Arbeit nach Hause kamen. Dann hatten die ja Zeit - vom Freitag nachmittag, Samstag und Sonntag - zuhause etwas zu tun, also etwas Sinnvolles zu tun, nicht Biertrinken oder vor der Glotze sitzen. ... Und das war eigentlich der Motor, daß ein solcher Riesenmarkt entstehen konnte.

Sprecher 1:

Die immer größere Freizeit war also Voraussetzung für das Do-it-yourself. Die eigentlichen Gründe, selbst zuhause zu werkeln, sind jedoch unterschiedlich. Eine Untersuchung vom Münchener Institut für Freizeitwirtschaft aus dem Jahr 1994 ergab: Wer selbst zuhause Hand anlegt, will vor allem sparen. Das sagten mehr als dreiviertel aller Befragten. Für mehr als die Hälfte ging es auch darum, stolz auf die eigene Leistung zu sein. Gut 40 Prozent nannten als Motiv schlicht "Spaß". Und in Westdeutschland spielt auch noch die Unzufriedenheit mit den professionellen Handwerkern und deren Leistungen eine große Rolle, stellte das Institut fest.

Sprecher 2:

Mehr Freizeit - das ist die Voraussetzung. Sparsamkeit, Spaß und Stolz - das sind die Gründe. Und eine Dose Farbe - das war der Anfang. So sieht es jedenfalls Manfred Maus.

Maus:

Do-it-yourself hat damals angefangen in erster Linie mit einer Dose Farbe. Wenn der - ich sag das jetzt mal ein bißchen burschikos - wenn der Alte zuhause saß am Freitag nachmittag und Samstag hat nur seine Frau geärgert, dann hat sie ihn rausgejagt und gesagt: Nimm mal endlich ne Dose Farbe und 'nen Pinsel in die Hand und streich die Fenster oder streich den Gartenzaun" und so hat das angefangen und auf einmal hat ihm das Spaß gemacht und er hat gesehen: Mensch das gelingt ja, ist ja wunderbar und so hat er sich vom Fensterstreichen oder vom Gartenzaunstreichen auf einmal - er hat dazugelernt - an größere Dinge gewagt und siehe da: Er hat ein Bücherregal gebaut.

Sprecher 2:

Bücherregale zu bauen - das ist für viele Heimwerker eine der leichtesten Übungen. Wer sich freitags nachmittags oder samstags in einem Baumarkt umhört, der merkt, daß ein Heimwerker eigentlich vor gar nichts zurückschreckt. Ein gestandener Heimwerker berichtet, was er sich alles zutraut

Mann im Baumarkt:

Ja, alles Mögliche. Zum Beispiel Türrahmen lackieren oder so was, wenn man zu Hause was macht, tapezieren oder so, muß ja auch mal vorkommen und das mach ich dann selbst. Dafür hole ich mir keine Fachleute, die, was weiß ich, hunderte von Mark kosten, Das eine ist, wenn man guter Handwerker ist, kann man das alleine machen, da brauch man nicht irgendwie in ein großartiges Fachgeschäft hineinzugehen, da kann man sich das hier genauso gut kaufen.

Ein guter Handwerker, der kann so einiges. Ich schrecke vor nichts zurück. Warum denn auch? Überlegen sie doch nur einmal. Wenn sie Fachleute holen, was die kosten in den Stundenlöhnen, ab hundert Mark aufwärts. Wenn sie ein guter Handwerker sind und trauen sich einiges zu, glauben sie mal. da sparen sie einige tausende von Marken ein.

Spielszene

Regie: Vater und Sohn (aus der 1. Spielszene) betreten einen Baumarkt. Kaufhaus-Musik.

Lautsprecher: Herr Meier bitte nach Zwei A, Herr Meier bitte nach Zwei A.

Vater:

Wo hast du denn den Zettel? Wieviele Schrauben brauchen wir nochmal? Jetzt gib mir doch endlich den Zettel!

Sohn:

Mensch Papa, reg dich ab. Hier hast du ihn. Hoffentlich schneiden die uns hier auch die Holzplatten auf Maß. Sonst passen die nämlich gar nicht ins Auto.

Vater:

Mein Gott, was sind das lange Gänge hier. Hier muß man sich erstmal zurechtfinden. Entschuldigen Sie, Sie arbeiten doch hier, wo finde ich denn hier die Schrauben?

Angestellter:

Dritter Gang links, gehen Sie ganz durch, und dann gleich auf der linken Seite.

Vater:

Ja, danke schön. Dritter Gang links, und dann auf der linken Seite.

Sohn:

Mensch Papa, guck mal, die Lampen hier. So einen Deckenstrahler wollte ich immer schon ...

Vater:

Also, dich kann man wirklich nicht gebrauchen. Kaum sind wir hier, redest du von Lampen. Halt lieber mal deine Augen auf und guck, wo hier die Schrauben sind.

Sohn:

Hier, in diesem Gang müssen sie sein. Wer sagt`s denn. Da sind schon mal Schrauben. Jetzt müssen wir nur noch die Richtigen finden. Vielleicht diese hier. Das müßten sie doch sein.

Vater:

Quatsch, die doch nicht. Wir müssen die hier nehmen. Guck, das ist die richtige Größe. *Pause* Obwohl, hmm. Diese hier sind genauso groß. Verflixt. Welche nehmen wir denn jetzt?

Sohn:

Also, ich blick da nicht mehr durch. Ich glaub`, wir müssen einen Verkäufer fragen. Sonst wird das nichts bei diesem Riesensortiment.

Sprecher 2:

Tatsächlich ist die Auswahl in großen Baumärkten fast unüberschaubar: 50.000 Artikel und mehr sind keine Seltenheit. Wie ein Baumarkt-Sortiment im Einzelnen bestückt ist, das orientiert sich ausschließlich an den Kunden-Wünschen.

Und die sind von Land zu Land verschieden. Türgriffe zum Beispiel, die in Deutschland reißenden Absatz finden, bleiben anderswo in den Regalen liegen. Andere Länder, andere Geschmäcker. Nur die Qualität, die muß überall stimmen. Diese Erfahrung machte auch OBI, als

der erste Baumarkt in Ungarn seine Türen öffnete.

Manfred Maus erzählt:

Maus:

Die Reaktion war in Ungarn: Wir möchten das beste an Qualität haben. Wir haben erlebt, daß das Beste gerade gut genug ist. Wir haben erlebt, daß die Menschen - wenn sie Geld ausgeben für ein Werkzeug, das Beste haben möchten.... Unterm Strich muß ich sagen: Die Qualitätsansprüche sind heute in etwa gleich wie in der Bundesrepublik.

Sprecher 1:

Und diesen Ansprüchen will OBI in Ungarn gerecht werden. Mitte 1994 eröffnete der erste Baumarkt nahe Budapest seine Pforten. Mittlerweile verkaufen acht Märkte in Ungarn ihre Waren unter dem Namen OBI. Weitere Standorte sind geplant.

Sprecher 2:

Um in Ungarn Fuß zu fassen, setzte das Unternehmen auf das bewährte Erfolgsrezept: das Franchising. Wie das System von Franchisegeber und Franchisenehmer für den ungarischen Markt aussieht, schildert Manfred Maus:

Maus:

...und die deutsche OBI-Systemzentrale hat wiederum eine 100prozentige Tochter in Ungarn. Und das ist die OBI-Systemzentrale Ungarn in Budapest. Und dieser

Systemkopf ist der Franchisegeber. Und der Franchisegeber macht einen Franchisevertrag mit dem Franchisenehmer. Und das ist dann jeweils ein ungarischer Partner bzw. eine ungarische Gesellschaft.

Sprecher 2:

Einen geeigneten Partner zu finden, das ist in Ungarn schwieriger als in Deutschland. Gründe dafür gibt es viele. Der wichtigste ist: Nur wenige ungarische Unternehmer haben genug Geld, um sich in das OBI-System einzukaufen. OBI braucht jedoch Partner, um weiter wachsen zu können. Mögliche Investoren müssen also überzeugt werden. Manfred Maus verweist vor allem auf die Erfolge der bestehenden Märkte.

Maus:

Wir suchen nun sehr intensiv nach neuen Franchise-Partnern in Ungarn, nachdem wir jetzt was vorweisen können, haben acht Märkte, ist es natürlich heute einfacher, Fakten auf den Tisch zu legen.

Sprecher 2:

Mögliche Investoren lassen sich letztlich nur mit e i n e m Argument überzeugen - dem lieben Geld..

Maus:

So hat sich das eingesetzte Kapital verzinst. Das ist immer das Kriterium. Das Kriterium: funktioniert es oder funktioniert es nicht, ist meßbar an der

Verzinsung des eingesetzten Kapitals, Eigenkapitals.
Sprich: Wenn ich hier mit einem Existenzgründer oder jemandem in Budapest diskutiere, dann gehe ich davon aus, daß er investieren muß. Nehmen wir an, er muß 500.000 DM investieren, oder das vergleichbare dann in Forint, dann muß ich ihm die Frage beantworten: Wieviel Ertrag erwirtschaftete ich mit diesem eingesetzten Kapital und mache es vergleichbar....

Sprecher 2:

Schließlich soll sich die Sache ja auch lohnen. Die Aussichten sind allerdings nicht allzu rosig. Denn die Ungarn können nicht viel Geld ausgeben. Ihre Kaufkraft ist schwach. Daran gemessen sind die Preise zu hoch. Damit sich ein ungarischer Baumarkt trotzdem rechnet, müssen deshalb mehr Kunden die wenige Kaufkraft wettmachen. Nötig sind für die Geschäftsführerin der ungarischen OBI-Systemzentrale Maria Herendi:

Herendi:

120 000 bis 150 000 Leute... In Deutschland kann man schon mit 50 000 Leuten im Einzugsgebiet einen Baumarkt gründen. Das ist der Unterschied in der Kaufkraft.

Sprecher 2:

Die geringe Kaufkraft kann OBI und Partner aber nicht abschrecken. Das Unternehmen setzt deshalb auf eine längerfristige Strategie, die Frigyes Filo, der zweite Geschäftsführer von OBI Ungarn, erklärt.

Filo:

Diese West-Firmen, OBI und die anderen, investieren nicht für ein oder zwei Jahre, sondern für mehrere Jahre. Natürlich: Verluste will jeder vermeiden, aber die Investitionen sind für eine längere Frist. Und wenn jetzt auf grüner Wiese ein neuer Markt oder ein neuer Betrieb gebaut wird, das muß sich nicht in ein oder zwei Jahren rechnen, sondern im Laufe der Jahre.

Musik**Spielszene****Regie: Hämmern****Vater:**

So, und jetzt kommt die letzte Schraube in die Wand. Nur noch ein kleiner Moment. Ist ja doch ein gutes Gefühl, wenn man selbst etwas baut ...

Gerumpel und Gequietsche vom Schraubenfestziehen.

darein:

Sohn:

... und dann endlich fertig wird. Und ich finde, wir haben uns eine kleine Belohnung verdient.

Vater:

Genau, haha.

Bierflaschen werden mit lautem Plopp geöffnet. Man stößt an.

Vater und Sohn gemeinsam:

Ja dann: Prost!

Musik-Atmo für Schluß und

ENDE