

Komplett aus einer Hand

Dass er mit seinem Laserdrucker-Komplett-Service irgendwann einmal bundesweit vertreten sein würde, hätte Geschäftsführer Adam Wolf nie gedacht.

Am Anfang war der Zufall: Den Schritt in die Selbstständigkeit wagte Adam Wolf 1989 nicht aus freien Stücken. Aufgrund einer Krankheit wurde der gelernte Maschinenbauer berufsunfähig. Sich auf die faule Haut zu legen, kam für ihn jedoch nicht infrage. „Da ich in meinem alten Beruf nicht mehr arbeiten konnte, musste ich mir halt etwas suchen, das mir Spaß macht und keine gesundheitlichen Probleme bereitet“, erklärt er. Gesagt, getan: Er kaufte eine Geschäftsidee, die das Reparieren von Klein-Kopiergeräten und das Recycling von Tonerkartuschen umfasste. Vor allem Letzteres hatte es Wolf damals angetan. „Es war ein Stück Idealismus in mir, etwas für die Umwelt zu tun.“

Aus Idealismus wurde schnell knallhartes Geschäft. Um neue Kunden zu gewinnen, betrieb Wolf Telefonakquise. Schnell schuf er dadurch fünf Arbeitsplätze, das Unternehmen wuchs schneller, als er dachte. „Mitte der 90er-Jahre folgte dann der Durchbruch“, erinnert sich Wolf. „Innerhalb von nur zwei Jahren haben wir 32 der 35 Top-Unternehmen in der Region Ingolstadt zu unseren Kunden gemacht.“

SPEZIELLER SERVICE

Um eine zusätzliche Einnahmequelle zu schaffen, wurde 1995 ein spezieller Service für Laserdrucker, der Laserdrucker-Komplett-Service (LKS, www.lks-concept.de), entwickelt. Die herstellerunabhängige Arbeit begeisterte vor allem große Unternehmen, die verschiedene Drucker im Einsatz hatten. „Da es extrem aufwändig ist, für jedes dieser Geräte einen entsprechenden Service-Techniker zu finden, kam unser Komplett-Service sehr gut an“, sagt Wolf.

1999 wurde das LKS-System als Warenzeichen geschützt und die Concept GmbH wurde



ADAM WOLF, Geschäftsführer der Concept GmbH

Franchise-Geber. Die Idee dazu entstand laut Wolf schon Anfang der 90er-Jahre, als er einen seiner Großkunden verlor. „Damals verloren wir die Ingolstädter Deutsche Bank als Kunden an einen bayernweiten Serviceanbieter, weil

ein zentraler Abschluss für alle Deutschen Banken in Bayern getätigt wurde“, erinnert sich Adam Wolf. Er als einzelner Fachhändler hatte in diesem Fall das Nachsehen. „Damals habe ich mir gedacht: Man müsste in jeder Stadt einen



Kollegen haben, damit so etwas nicht noch einmal passiert.“

Aus der fixen Idee ist mittlerweile ein ansehnliches Netzwerk geworden. „Heute haben wir rund 100 LKS-Partner deutschlandweit“,

sagt Wolf nicht ohne Stolz. Herzstück der LKS-Gemeinschaft ist das sogenannte LKS-Archiv. „Hierbei handelt es sich um eine Datenbank, in der alle für den LKS-Service benötigten Unterlagen gesammelt wurden“, erklärt Wolf. „Die ursprüngliche Idee war, dass alle LKS-Mitglieder orts- und zeitunabhängig Zugriff auf die gesammelten Informationen haben und somit beispielsweise auch vor Ort beim Kunden ein Ersatzteil überprüfen können.“

GROSSES ARCHIV

Das LKS-Archiv enthält neben allgemeinen Informationen wie Endkunden-Präsentationen, Wartungsverträgen, Technik- und Vertriebsinfolisten auch Fehlerlisten. „Augrund einer Kundenbeschwerde haben wir mit der Erstellung dieser Listen begonnen“, erklärt Wolf. „Den Kunden nervte das Rätseln eines Technikers über die Fehlerursache. Deshalb haben wir mithilfe aller LKS-Partner von allen Druckermodellen Fehlerlisten erstellt, um Fehlerquellen schneller ausfindig zu machen“, sagt Wolf. Da sie nicht nur Fehler und ihre Ursachen, sondern auch Informationen über die benötigten Ersatzteile enthalten, können die Techniker dem Kunden anhand der Liste auch schnell und konkret Angaben über die Reparaturdauer und die Kosten machen. „Die Datenbank ist voll von jahrzehntelangem, von Hunderten von Technikern zusammengetragenem Wissen“, sagt Wolf. „Die Erfahrung kann ein Techniker in seinem ganzen Betriebsleben nicht annähernd sammeln.“

Um das auch in Zukunft gewährleisten zu können, wird die Datenbank laufend aktualisiert. 26,4 Gigabyte umfasst sie derzeit und sie wächst immer weiter – genauso wie die LKS-Gemeinschaft. „In diesem Jahr soll die Schlagkräftigkeit der LKS-Gemeinschaft gestärkt werden“, sagt Wolf. Wichtig sei dabei jeder einzelne

Betrieb und das einheitliche Auftreten vor dem Kunden. „Zudem sollen die Lücken auf der Deutschlandkarte geschlossen werden“, meint der Concept-Geschäftsführer. Sprich: In Gebieten, in denen es noch keine LKS-Partner gibt, will der Chef höchstpersönlich akquirieren.

„Darüber hinaus haben wir uns für 2008 zum Ziel gesetzt, unseren Partnern die neu entwickelten Software-Lösungen wie das Kundenanalyse- und -gewinnungs-Tool und das professionelle und einheitliche Marketing an die Hand zu geben, damit sie damit besser, einfacher und schneller neue Kunden gewinnen können.“ Denn Neukundengewinnung, meint Wolf, ist das Thema, bei dem die meisten Fachhändler den größten Nachholbedarf haben. „Das ist auch verständlich, denn fast jeder Fachhändler hat seine Firma irgendwann auf Grund seines technischen Wissens gegründet. Neukundengewinnung, Vertrieb oder gar Marketing spielten früher nur eine untergeordnete Rolle.“

Ganz im Gegensatz zu heute: „Wer heute Marketing, Neukundengewinnung und Technik nicht als geschlossene Einheit betrachtet, bleibt immer unter seinen Möglichkeiten“, sagt Wolf. „Wir helfen dabei, dass das nicht so ist. LKS umfasst nicht nur den Service, sondern auch den Vertrieb und ein einfaches Marketing-Tool mit zusätzlichem Umsatzbringer, das sogar bei der vorhandenen Stammkundschaft einsetzbar ist.“

Last, not least hat sich Wolf für dieses Jahr vorgenommen, den Menschen auch zu erklären, dass es notwendig ist, die ganzen Maschinen korrekt und sauber nach alter Schule zu reinigen und zu reparieren. „Denn nur wenn keine Verschmutzungen in der Maschine sind, kann der Ventilator auch keinen Schmutz in die Büroluft hinausblasen“, erklärt Wolf. „Das ist unser Beitrag zur Reinhaltung der Büroluft und damit zur Gesundheit der Mitarbeiter.“ – Ein bisschen Idealismus hat Wolf sich bei allem Erfolg halt doch noch erhalten. *Robert Sopella* ■