

[Möbel] VERKAUFEN

Das Handelsmagazin für Schreiner, Tischler, Inneneinrichter

[Trends]

Die hohe Kunst der
Küchenordnung

[Beratung]

Interview mit Topa Team
Geschäftsführung

[Markt]

Partner für Schreiner,
Tischler, Inneneinrichter



Einladung zum
Essen

Schwerpunkt:
Schöner Speisen

Zurück zu den Wurzeln heißt es für den neuen *Topa Team*-Geschäftsführer Walter Greil. Selbst gelernter Schreiner, verfügt er über langjährige Berufserfahrung in Sachen Verbund. Gute Voraussetzungen also



Fotos: Elena Deeg

[Neuanfang in Wolnzach

von Elena Deeg

Seit Anfang des Jahres ist *Topa Team* offiziell ein Teil des Systemverbunds *Der Kreis* aus Leonberg. Bundesweit gehören rund 330 mittelständische Schreinereien und Tischlereien dem Netzwerk an. Wir sprachen mit dem neuen Geschäftsführer Walter Greil über Veränderungen, Möglichkeiten und Synergieeffekte.

Wieso fiel die Wahl gerade auf Sie?

Ich kenne *Topa Team* schon über 20 Jahre. Bekannt war es mir als Franchising-System und habe auch gewusst, dass dort Schreinerbetriebe mit drin sind. Mit dem einen oder anderen habe ich früher bereits gesprochen. Irgendwann gab es erste Gespräche zwischen Michael Ritz (Dem ehemaligen Vorstand der *Topa Team AG*) und Ernst-Martin Schaible (Geschäftsführender Gesellschafter von *Der Kreis*). Herr Ritz hat Verkaufsabsichten geäußert, Herr Schaible hat Interesse gezeigt. Dann folgte bald ein Gespräch zwischen Herrn Schaible und mir und er fragte mich, ob das nicht was für mich wäre? Weil ich im Systemverbund der einzige von den Geschäftsführern bin, der selbst Schreiner

ist. Die anderen kommen alle mehr aus dem Handel oder dem kaufmännischen Bereich, und da war ich natürlich gleich begeistert. Das ist genau das, was mir liegt und somit war ich von Anfang an bei den Verkaufsverhandlungen dabei.

„Für *Der Kreis* ist die Übernahme eine sinnvolle und zukunftsweisende Ergänzung unseres bisherigen Portfolios und passt hervorragend zu unserer strategischen Aufstellung.“

Ernst-Martin Schaible

Worin sehen Sie dabei Ihre Stärken?

Da denke ich an das indianische Sprichwort „Man muss einmal in den Mokassins des anderen gelaufen sein, dass man ihn versteht.“ Und so ist das auch. Ich kann mit den *Topa Team*-Partnern auf Augenhöhe sprechen, weiß wo sie der Schuh drückt und um was es geht. Ich verstehe sie, wir können über Maschinen oder über Holz sprechen. Wir können natürlich auch über den Handel reden. Ich weiß wie Schreiner und Tischler kalkulieren. Außerdem verstehe die Lieferantenseite sehr gut, habe da schon viele Gespräche geführt. So kann ich einschätzen was für Interessen verfolgt werden. Auch was die Führung eines Verbunds betrifft habe ich langjährige Erfahrung, dass ist neben »

» dem Einkauf gleichermaßen auch ein starkes Marketingthema.

Wie ist Ihr Eindruck, sind Schreiner und Tischler aufgeschlossen für den Handel?

Der Schreiner sagt natürlich immer, so gut wie ich es mache kann es keiner, und ich kann es nicht zukaufen, weil ich bin ja derjenige am Markt, der das vertritt bzw. vertreten muss. Das kann ich natürlich verstehen. Doch wenn man sich mehr mit dem Handel beschäftigt stellt man fest, da kann man zusätzliche Roherträge erwirtschaften. In Zeiten des Fachkräftemangels kann ich meine Anfragen oft gar nicht alle selbst bewältigen. Mit dem Handel an der Seite lässt sich sehr viel mehr abdecken.

Geht es also darum Hilfe anzunehmen?

Den meisten Schreineren mangelt es ja nicht am Kundenstamm, sie sind bekannt in der Region. Es ist nach wie vor noch so, dass viele Kunden auf Empfehlung kommen. Wenn der Schreiner die Kunden dann wegschicken muss, weil er keine Zeit hat, ist das langfristig gesehen nicht gut. Irgendwann heißt es, er will gar keine Arbeit mehr annehmen. „Mein Auftrag war zu klein“, das denken die Kunden ganz oft. Wenn sie sagen, ich brauche „nur“ einen Schrank und denken, der Schreiner will nur die großen Sachen machen. Das ist gar nicht mal so gut. Und da kann man schon gut dagegen steuern.

Vielleicht zweifeln Sie aber auch an der Qualität der zugekauften Ware?

Obwohl ja unsere Lieferanten sehr hochwertig sind. Grade im Möbelbereich, es ist wie eine Schreinerarbeit. Das sind ja auch Schreinereien, eben größere, so wie *Forcher* oder *Andexlinger* oder *InVardo*. Die stehen für Qualität wie beim Schreiner, das ist kein Unterschied. Die Betriebe sind bloß rationeller in der Fertigung, größere Betriebe, aber können doch noch individuell arbeiten. So wie es der Schreiner braucht. Denn der will es ja immer auf Maß haben, in bestimmter Beize und Farbe, mit ausgewählten Beschlägen, das wird bei uns alles umgesetzt.

Nun leiten Sie seit Anfang Januar die Geschäfte von *Topa Team*. Wie ist es denn?

Ich war ja schon bei den Verkaufsverhandlungen dabei. Wir waren im September das erste Mal in Wolnzach, an einem Samstag. Michel Ritz war da und sein Sohn Daniel. Das erste Gespräch war schon sehr gut und so hat sich das dann durchgezogen, die ganze Zeit. Es ist immer mehr gereift, doch es war von vorne rein klar, dass *Topa Team* so bleiben soll wie es ist. Weil es ein funktionierendes System ist, weil es im Markt etabliert ist, und wenn man anfängt, solche Dinge komplett zu verändern oder auf den Kopf zu stellen, dann funktionieren sie nicht mehr. Und so war der Grundgedanke, dass sich verschiedene Synergien wie etwa im Küchenbereich ergeben könnten. Eine Lieferantenbeziehung zwischen den Verbundschwestern, also etwa zwischen *Creative Partner* und *Topa Team* wird aber nicht angestrebt.

Wie sehen die Synergieeffekte denn aus?

Der Kreis hat ein sehr hohes Einkaufsvolumen sowie eine sehr gute Partnerschaft zur Küchenindustrie, zur Geräteindustrie, zur Zubehörindustrie. Davon werden zukünftig auch die Partner von *Topa Team* profitieren. Manchmal kaufen sie im zweistelligen Prozentbereich besser ein. Das ist der erste Synergieeffekt. Im Gegenzug profitiert aber auch *Der Kreis* von den Marketingleistungen des *Topa Team*, hier gibt es beispielsweise eine sehr gute Texterin. So gibt es in beide Richtungen Synergien.

Wie sind Sie von Seiten des *Topa Team* aufgenommen worden?

Sehr gut, und das hat mich wirklich sehr gefreut. Schon beim ersten Besuch habe ich mich wohl gefühlt. Trotzdem weiß man ja nicht, wie die Mitarbeiter auf so eine Nachricht reagieren. Am 24. November wurden die Verträge in Leonberg unterschrieben, dann gab es montags darauf eine Teambesprechung in Wolnzach, in der Michael Ritz die Mitarbeiter darüber informiert hat, dass er das Unternehmen aus gesundheitlichen Gründen verkauft hat. Erstmal natürlich ein Schock. Ich kam dann mit zwei Kollegen aus Leonberg dazu und wir haben uns und den *Kreis* vorgestellt. Es folgte eine kurze Unsicherheit: „Sind unsere Arbeitsplätze noch sicher?“ „Ja, sind sie!“ Wie ich dann das nächste Mal hier war, die Woche später, da war die Stimmung schon gelassener und ich wurde toll aufgenommen. Inzwischen habe ich mit allen Einzelgespräche geführt, die 16 Mitarbeiter und vier Bereichsleiter arbeiten alle sehr gerne hier, es ist ein tolles Betriebsklima. Spätestens bei der Weihnachtsfeier habe ich mich richtig angekommen gefühlt.

Was war die erste konkrete Veränderung?

Die Umwandlung der Geschäftsform. Die *Topa Team AG* ist nun eine GmbH. Im Systemverbund sind alle Einzelgesellschaften GmbHs. Gesellschafter ist jetzt zu 100 Prozent Ernst-Martin Schaible.

Warum wurden die Übernahmepläne auf der Hausmesse nicht kommuniziert?

Zu diesem Zeitpunkt stand es schlicht noch nicht fest. Natürlich wäre es schöner gewesen, doch war es da noch nicht ganz in trockenen Tüchern, der Vertrag noch



Sie Stimmung zwischen den beiden Herren ist gut: Walter Greil kann noch bis Mitte dieses Jahres auf die Erfahrung und Unterstützung von Michel Ritz zählen



Auf der Hausmesse im Oktober 2017 in Fulda wurde zunächst die Abkehr vom einstigen Franchising-System bekanntgegeben. Erst kurz darauf war die Übernahme von *Topa Team* durch *Der Kreis Systemverbund* perfekt

nicht unterzeichnet. Beide Seiten hätten noch abspringen können.

War die Abkehr vom Franchising-System bereits vorher mit *Der Kreis* abgestimmt?

Nein, die Veränderung hat schon sehr viel früher begonnen. Dass man vom Franchising-System auf ein Kooperationssystem übergeht, war schon vor dem ersten Gespräch mit *Der Kreis* beschlossen.

Wie sehen Sie als bekennender Franchising-Experte diese Veränderung?

Ich sehe das richtig positiv. Ein Franchising-System lebt ja hauptsächlich vom Marketing und einem einheitlichen Marktauftritt. Der Schreiner bzw. Tischler hingegen ist seine eigene Marke. Er nimmt ja nicht sein Schild runter und schreibt *Topa Team* hin. Deshalb ist in dieser Branche ein solches System schwierig.

Was ist der Vorteil vom neuen System?

Ziel ist es einfach die bereits bestehende Bindung weiter zu stärken. Das Kooperationssystem von *Topa Team* ist mehr als der klassische Großhandel. Natürlich bieten wir die Dienstleistung Einkauf und Verkauf an, doch zudem schulen wir die Partner auf den Verkauf von Handelsprodukten. Wir schulen aber auch betriebswirtschaftlich, wir wollen die Schreiner einfach erfolgreicher machen. Außerdem übernehmen wir sehr viel Marketing für die *Topa Team*-Partner. Der Großhandel macht für sich selbst Marketing, aber nicht für seine Kunden.

Wie würden Sie die Zielgruppe der *Topa Team*-Partner beschreiben?

Die sehe ich hauptsächlich bei den Betrieben mit eins bis zehn Mitarbeitern.

Welches Marktsegment ist dabei der größte Umsatzbringer?

Es dreht sich auf: ein Drittel Küche, ein Drittel Schlafen, ein Drittel Möbel und individueller Innenausbau auf Maß.

Wie beschreiben Sie die *Topa Team* Ziele für die nächsten fünf Jahre?

Natürlich streben wir Wachstum an. Wir sehen unsere Chancen dabei vor allem auf Mitgliederzuwachs, dafür schauen wir auch über die Landesgrenzen hinaus. Realistisch sehe ich hundert neue Partner in Österreich. 20 bis 30 neue Mitglieder im Jahr sollten es schon sein. Also wenn wir in fünf Jahren bei 500 Mitgliedern angekommen sind, wäre das ein großer Erfolg. Kontinuierliches Weiterwachsen und Partner gewinnen ist die größte Herausforderung von *Topa Team*. Wir müssen unsere Position klar behaupten.

Wie sehen die konkreten Maßnahmen für die Neuaquise aus?

Wir sind im März auf der Messe Holz-Handwerk vertreten, der Stand wurde grade überarbeitet. Dort machen wir zweimal am Tag Präsentationen und zeigen auf, was es für Vorteile bringt wenn ich zum Handwerk in den aktiven Handel einsteige. Was sich an Rohertträge erwirtschaften lässt und wie man den Umsatz

dadurch steigern kann. Außerdem bieten wir Kreativ-Seminare an, sprich für Planung und Entwurf. Wir wollen den Schreiner fit machen für den Markt. Er soll besser ins Verkaufen und dadurch auch ins Marketing reinkommen. Denn die Konjunktur geht rauf und runter. •



Walter Greil

Der gebürtige Tiroler absolvierte einst eine Schreinerlehre, bevor er mit seinen Brüdern den Familienbetrieb übernahm. 2005 stieg er aus und arbeitete seitdem für den Verband GEDK sowie für den Beschlagshersteller Häfele, zuletzt bei Varia.

Der Kreis

Portfolio | Europäische Verbundgruppe für Küchenspezialisten
Gründer | Ernst-Martin Schaible
Mitglieder | 2900
Umsatz | 3,47 Milliarden Euro
www.topateam.com
www.derkreis.de