

DIE STÄRKE VON NETZWERKEN

Der Tischlereibetrieb Bögelsack profitiert von formellen und informellen Kooperationen und der ausgeprägten Neugier seines Chefs

Bögelsack Bau- und Möbeltischlerei GmbH

Gewerk: Inneneinrichtungen, Messe- und Ausstellungsbau

Standort: Langenstein bei Halberstadt, Sachsen-Anhalt

Gründungsjahr: 1992

Wirkungsraum: deutschlandweit

Kundenstruktur: 30% privat
70% gewerblich

Mitarbeiter: 13

www.tischlerei-boegelsack.de

Erfolgsfaktoren

- Steigerung der Bekanntheit durch Engagement in der Innung und anderen lokalen Organisationen
- Cross-Selling durch ganzheitliches Produktverständnis (Räume statt Möbel)
- Durchsetzung höherer Preise durch eine umfassende Beratung der Kunden
- Verteilung der betrieblichen Risiken durch Etablierung verschiedener Standbeine
- Erfolgreiche Kooperation mit industriellen Herstellern

Netzwerke sind Frank Bögelsacks Stärke. Nachdem sich der gelernte Möbeltischler mit seiner Firmengründung 1992 zunächst im Bereich Bautischlerei etablierte, gelang es ihm, Mitte der Neunziger über eine Kooperation mit einem norwegischen Treppenfabrikanten wieder im Bereich der Inneneinrichtung Fuß zu fassen. Über ein eigenes Treppenstudio, das er daraufhin einige Jahre im benachbarten Halberstadt betrieb, konnte er neue Kunden auf sich aufmerksam machen und sich wieder stärker auf seine Leidenschaft, den Möbelbereich, konzentrieren.

Norwegen blieb aber nicht die einzige Auslandskooperation. Mit Messe- oder Betriebsbesuchen streckt Bögelsack die Fühler regelmäßig in europäische Nachbarländer aus, um auf neue Ideen zu kommen und neue Kontakte zu knüpfen. Bei einer seiner selbstinitiierten Weiterbildungsreisen in Norditalien kam ein vielversprechender Kontakt mit einem italienischen Türenhersteller zustande, dessen Türen Bögelsack heute in Deutschland vertreibt. Am Beispiel dieser Türen verdeutlicht Frank Bögelsack seine Sicht auf die Lage des deutschen Handwerks: Diese italienischen Türen seien zwar einerseits ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal für seinen Betrieb in der Region, zum anderen aber, so Bögelsack, erfordere sowohl die Herstellung, als auch der Einbau der anspruchsvoll gefertigten Türen erstklassige Handwerksleistung, etwas, das die Industrie nicht leisten könne. Das Handwerk und die Industrie – ein alter Konflikt. Bei der Firma Bögelsack findet man dafür Lösungen.

Kooperationen mit der Industrie

So kooperiert der Betrieb beispielsweise erfolgreich mit einem industriellen Hersteller von Schiebetürsystemen. Der kleine Tischlereibetrieb profitiert von hochwertigen Industrieprodukten und einer zuverlässigen Lieferkette. Als regionaler Vertreter der Marke gewinnt die Tischlerei durch bundesweite Anzeigen des Herstellers neue Kunden und kann überregional Aufmerksamkeit erzielen. Der Handwerksbetrieb wiederum garantiert in dieser Kooperation die sachgemäße Montage der Teile und

gibt der Marke ein lokales Gesicht. Durch die Synergieeffekte aus dieser Partnerschaft entsteht Wertschöpfung und Beschäftigung im Handwerk, eines der Herzensthemen Frank Bögelsacks.

Doch Bögelsack will die Welt nicht rosa malen, wo sie es nicht ist: Das Handwerk sei in einem schwierigen Spannungsfeld – die Industrie biete vielfach attraktivere Arbeitsplätze für junge Menschen an, der Do-it-yourself-Boom mache schwere Konkurrenz und öffne Billiganbietern Tür und Tor, so Bögelsack. Gerade in einer strukturschwachen Region wie Sachsen-Anhalt übernehme aber das Handwerk etwa durch die Bereitstellung von Ausbildungsplätzen wichtige soziale Funktionen. Deshalb engagiert sich Frank Bögelsack in der Halberstädter „Rolandinitiative“, einem regionalen Wirtschaftsnetzwerk, tauscht sich mit lokalen Unternehmern aus und gibt dem Handwerk dort eine Stimme.

Auch in der Innungsarbeit ist Bögelsack engagiert. Seit 2010 ist er Kreisobermeister der Tischlerei, fördert auch hier – etwa durch Produktschulungen – die Zusammenarbeit mit der Industrie, organisiert Informationsveranstaltungen und plädiert dafür, dass das Handwerk sich nicht unter Wert verkaufen dürfe. „Die Handwerksleistung darf nicht verschenkt werden“, versucht er seinen Kollegen klar zu machen. Und sein Betrieb zeigt am besten, was er damit meint.

Ganzheitliche Raumberatung

„Wir verkaufen keine Möbel, wir verkaufen Räume. Im Grunde verkaufen wir Ideen“, beschreibt Frank Bögelsack seine Geschäftsphilosophie: „Mit unseren Möbeln schaffen wir dauerhafte Werte.“ Die Bedarfsermittlung hat bei Bögelsack einen hohen Stellenwert. „Wer ist mein Kunde?“, „Was hat er für einen Geschmack?“, „Wie ist er eingerichtet?“, „Was muss der Raum können, um den es geht?“ – das sind zentrale Fragen, die vor Angebotslegung mit dem Kunden geklärt werden. Das gehe soweit, sagt Bögelsack verschmitzt, dass er auch gelegentlich die Farbe der Wand



Frank Bögelsack

dringend zur Disposition stelle. Auch bei der Detailplanung zieht Frank Bögelsack alle Register: In seinem Ausstellungsraum bespricht er mit seinen Kunden unter Einsatz von Mustern und interaktiver Entwurfssoftware den Auftrag bis ins letzte Detail. „Es ist extrem wichtig, klar zu kommunizieren. Wenn wir es schaffen, in diesem Moment bunte Bilder zu zeichnen, dann weiß der Kunde ganz genau, diese Leistung bekomme ich zu diesem Preis“. Über das ganzheitliche Verständnis seines Berufs und die intensive, individuelle Auseinandersetzung mit seinen Kunden gelingt es dem Tischlereibetrieb nicht nur, höhere Preise durchzusetzen, sondern auch Zusatzaufträge etwa im Bereich Beleuchtung oder Dekoration zu generieren. Besonders stolz ist er auf die gute Beziehung und das Vertrauen, das er durch diese umfassende Betreuung zwischen ihm und den Kunden aufbauen kann. Ein breites Weiterempfehlungsnetzwerk bestätigt diese Einschätzung.

Überhaupt betreibt Frank Bögelsack sein Geschäft auf eine sehr persönliche Art und Weise. Ein loser Kontakt auf einer Informationsreise beispielsweise führte zu einer Kooperation mit einem Innenarchi-

tekten, mit dem Bögelsack im Jahr 2000 gemeinsam den Ausbau der internationalen Ausstellung „Der gerettete Schatz der Armenier“ in Halle übernahm. Aus dieser erfolgreichen Zusammenarbeit ergaben sich Folgeaufträge und der Ausstellungsbau ist mittlerweile zu einem soliden Standbein geworden.

Vielseitigkeit erweitert Leistungsspektrum

In der Konzentration auf verschiedene Leistungsbereiche seines Gewerks liegt eine klare Stärke des Betriebs. Neben dem Privatkundengeschäft und dem Ausstellungsbau fungiert die Firma Bögelsack zudem als Zulieferbetrieb für speziell gefertigte, gebogene Holzmodule für eine Großtischlerei, die sich auf die Inneneinrichtung von Kreuzfahrtschiffen spezialisiert hat. Mit dem Messe- und Ladenbau bedient man ein weiteres Segment. Insbesondere bei letzterem kommt Bögelsacks ganzheitliche Philosophie wieder zum Tragen. Für seine Kunden übernimmt er die komplette Organisation des Ladenbaus: von Konzeption und Aufriss, über Rückbau und Koordination der einzelnen Gewerke bis hin zur Installation der Leuchtreklame bietet er seinen Kunden in diesem

Bereich ein professionelles Leistungspaket aus einer Hand. Mit dieser Verteilung der Potenziale und Risiken auf verschiedene Leistungsbereiche stellt sich die Firma Bögelsack zukunftsfähig auf.

Und es wäre nicht verwunderlich, wenn auf kurz oder lang ein neuer Bereich dazukäme. Denn Frank Bögelsack ist immer auf der Suche nach neuen Themen. So kommt es vor, dass er etwa für einen Designstudenten einen ausgefallenen Möbelentwurf umsetzt oder zusammen mit dem Fraunhoferinstitut im Rahmen eines Forschungsprojekts an der Konzeption eines Hanfmöbels arbeitet.

Einige dieser Kooperationen lohnen sich nicht unmittelbar finanziell. Aber die Freude an neuen Herausforderungen, die Zusammenarbeit in interdisziplinären Teams und die Ideen, die er daraus für seinen eigenen Betrieb gewinnen kann, das sind die Dinge, die den überzeugten Netzwerker Frank Bögelsack antreiben. Nicht zuletzt ist es auch diese Neugier des Tischlermeisters, die seinen Erfolg ausmacht.