

MV JOB-NEWS

INTERVIEW MIT ROLAND BRANDL Unternehmensberater für Küchenhändler – Brandl Beratungsakademie

Hallo Herr Brandl, vielen Dank, dass Sie sich Zeit für unser Interview genommen haben. Könnten Sie sich unseren Leser*innen bitte einmal kurz vorstellen?

„Sehr gerne. Ich bin Roland Brandl, 57 Jahre alt. Nach meiner Ausbildung zum Speditionskaufmann bekam ich eines Tages das Angebot eines regionalen Möbelhändlers, als Sachbearbeiter und Disponent für Einbauküchen. Das war 1989. Seit dieser Zeit bin ich mit der Küchenbranche verwurzelt. Nach 25 Jahren und vielen Tätigkeiten entlang der Prozesskette verließ ich dieses Unternehmen und war von 2015 bis 2023 als Einkaufs-, Marketing- und zeitweise Vertriebsleiter Prokurist bei einem Einkaufsverband. Seit 2024 bin ich Inhaber meiner Beratungsakademie für Handel, Industrie und Verband in der Küchenbranche.“

Wie entstand die Idee zur Gründung der Brandl Beratungsakademie?

„Obwohl meine Aufgaben immer sehr erfüllend und abwechslungsreich waren, wollte ich nochmal eine neue, andere Sicht auf den Markt bekommen. Die Herausforderung, Unternehmen zu beraten, hat mir bereits während meiner Verbandstätigkeit sehr viel Spaß bereitet. So kam eins zum andern.“

Inwiefern unterscheidet sich Ihr Angebot von anderen Beratungs- oder Schulungsunternehmen?

„Mein großer Vorteil ist mein riesiger Erfahrungsschatz, den ich mir als Sachbearbeiter, Disponent, QM-Auditor, Einkäufer, Einkaufs-, Marketing- und Vertriebsleiter angeeignet habe. Dadurch kann ich in jedem dieser Bereiche auf die hausspezifischen, individuellen Probleme meiner Kund*innen eingehen und zusammen mit ihnen eine konkrete, direkt umsetzbare Lösungsstrategie erarbeiten.“

Welche Werte oder Prinzipien stehen im Mittelpunkt Ihres Unternehmens?

„Mut, Kompetenz und Leidenschaft sind meine „Motoren“. Sie sorgen dafür, dass ich mich, mit dem ständigen Blick „über den Tellerrand“, auch in andere Branchen, weiterentwickle und diese Erkenntnisse in meine Beratungen einfließen.“

Können Sie uns einen Einblick geben, wie sich das



Beratungsgeschäft in der Küchen- und Einrichtungsbranche in den letzten Jahren verändert hat?

„Soziale Entwicklungen, wie z.B. die Digitalisierung und Corona, haben dazu geführt, dass der potenzielle Wettbewerber nicht nur die rivalisierenden Händler*innen in der Umgebung sind und die möglichen Kund*innen nicht nur die, die meinen Laden betreten. Der Fachkräftemangel und die demografische Entwicklung im Unternehmen sorgen für zusätzliche Hürden. Dies erfordert eine extreme Flexibilität, auf die dadurch entstehenden Herausforderungen zu reagieren.“

Dass gleichgelagerte Unternehmen gleiche Probleme haben, ist hinfällig. Durch die individuelle Ausprägung sind die Probleme sehr differenziert.“

Wie unterstützen Sie Unternehmen konkret?

„Obige Themen führen dazu, dass im Handel Umsatz und Margen sinken, zudem greifen die bisherigen Marketingmaßnahmen nicht mehr. Jungunternehmer*innen fehlt oftmals noch der „Küchenblick“, obwohl diese Warengruppe die umsatzstärkste in fast jedem Unternehmen ist. Reklamationen sind die unsichtbaren Geldverbrenner, mit der steigenden Komplexität der Einbauküchen steigen auch die Reklamationsquoten, also auch die Reklamationskosten permanent. Hersteller möchten bisherige Produktlinien „marktgerecht“ positionieren oder neue in den Markt einführen, um sich zusätzliche Absatzstrukturen zu erschließen. Verbände suchen nach einer

MV JOB-NEWS

optimierten Handelsmarkenstrategie für Ihre Anschlusshäuser.

Dies sind meine aktuellen Kernthemen.

Nachdem das Problem genau definiert ist, arbeite ich Zug um Zug an einer Strategie, um das gemeinsame Ziel zu erreichen. Mein Engagement endet erst, wenn diese Strategie umgesetzt wurde und sich bewährt hat.“

Was macht Ihrer Meinung nach einen erfolgreichen Unternehmer im Möbel- und Küchenhandel aus?

„Aus meiner Sicht ist es wesentlich für den Unternehmenserfolg, offen für Neues zu sein. Den Mitarbeiter*innen gut zuhören und sich nicht von täglichen „Kleinproblemen“ so vereinnahmen zu lassen, dass ein unverbauter Blick aus der Adlerperspektive nicht oder nur mehr schwer möglich ist. Wenn man sich Ziele steckt, die mit den bisherigen Mitteln nicht erreicht werden können, muss man Bestehendes loslassen und Neues wagen!“

Welche Rolle spielt das Thema E-Commerce in Ihren Beratungskonzepten und wie kann der stationäre Handel im Vergleich zum Online-Handel bestehen?

„Der Internethandel ist im Küchensegment noch nicht sehr ausgeprägt, also deutlich niedriger als in den anderen Möbelbereichen. Dies liegt neben der Kom-



plexität an der Varianz und der Vielzahl an Lieferanten, die in einer Einbauküche zum Einsatz kommen. Zudem ist ein sehr hoher und qualifizierter Dienstleistungsgrad zur Abwicklung nötig, was das Internetgeschäft zusätzlich erschwert. Um künftig zu bestehen, muss sich der stationäre Küchenhandel noch stärker an den Bedürfnissen der Kund*innen orientieren und den Servicegrad erhöhen. Auch nach dem Kauf. In diesen Bereichen haben wir noch jede Menge Potenzial.“

Wie wichtig ist es aus Ihrer Sicht, Mitarbeiter*innen in Verkauf und Beratung fortlaufend zu schulen?

„Klar, immer ein großes Thema. Der Fokus sollte auf „fortlaufend“ liegen. Die Meinung, dass eine einmalige Vertriebsschulung reicht, ist leider weitverbreitet. Wenn Verkauf und Beratung nicht regelmäßig geübt werden, bleibt neben dem Umsatz auch die Kundenzufriedenheit auf der Strecke.“

Wie würden Sie den aktuellen Zustand der Möbel- und Küchenbranche einschätzen?

„Die Möbelbranche hat sich, durch fehlende Investitionen und ausbleibende Innovationen, vom ausländischen Wettbewerb „die Butter vom Brot“ nehmen lassen. Die Küchenbranche ist dagegen sehr robust und sowohl im Binnenmarkt als auch international sehr gut aufgestellt. Der starke Wettbewerb im Küchenmöbel- als auch im Elektrogerätesegment

MV JOB-NEWS

sorgt für ständigen Innovationsdruck! Dadurch wird es ausländischen Unternehmen sehr schwer gemacht, Fuß zu fassen.“

Welche Botschaft / welchen Rat möchten Sie der Branche gern mit auf den Weg geben?

„Man sagt unserer Branche gerne nach, sehr konservativ zu sein. Dies sehe ich durchaus positiv. Damit steht sie für Werte, die sie seit Generationen zu dem gemacht hat, was sie heute ist. Für die Zukunft ist es aus meiner Sicht zwingend notwendig, gemeinschaftliche Probleme auch gemeinschaftlich anzugehen. Digitalisierung und Fachkräftemangel sind hier beispielhaft zu nennen.“

Wenn Sie rückblickend einen Rat an Ihr damaliges Ich in der Gründungsphase geben könnten, welcher wäre das?

„Wenn man sich neu orientiert, sucht man krampfhaft das Netz, das einen auffängt. Man sollte sich auf seine Stärken besinnen und darauf vertrauen, was man kann. Selbst wenn es nicht funktioniert, gibt es spätestens dann ziemlich schnell einen Plan B.“

Was ist Ihr derzeitiges Lieblingsstück aus der Einrichtungsbranche und warum?

„Da ich ein „Kind der Küchenbranche“ bin, habe ich mich für ein Kochfeld entschieden! Aber nicht nur wegen der integrierten Abzugshaube – diese Idee ist mittlerweile nicht mehr neu. Vielmehr ist es die Beschichtung der Kochfelder:

1. Matt, also völlig harmonisch mit den trendigen matten Frontoberflächen
2. Kratzfest, durch eine spezielle Beschichtung (Miradur/Saphirmatt), die um ein Vielfaches härter ist als bisher

So kann ich als Liebhaber der asiatischen Küche bedenkenlos den schweren Original-Wok über das Kochfeld ziehen, ohne es zu ruinieren.“

Vielen Dank Herr Brandl

brandl.
Beratungsakademie

Roland Brandl
Unternehmensberater für Küchenhändler

T. +49 (0) 151 19 42 71 28
roland@brandl-beratungsakademie.de

www.brandl-beratungsakademie.de

