



ERFOLG DANK WERTSCHÄTZUNG

// Martin Freund, Alois Knecht

Lutz Electronics im solothurnischen Grindel besteht bereits seit 1994. Was im kleinen Rahmen als klassisches RTV-Fachgeschäft mit breitem Sortiment begann, hat sich heute unter der gemeinschaftlichen Leitung von René Lutz und Carine Kalbermatten zum spezialisierten Konzept-Anbieter eines selektiven Produkte-Portfolios mit wenigen ausgesuchten Marken gewandelt.

Wer den Weg ins idyllische Grindel im Solothurner Jura findet, wird sich bei einem Ortsbummel vielleicht wundern, am grünen Dorfrand ein RTV-Multimedia-Fachgeschäft inklusive Werkstatt zu finden. Laufkundschaft ist hier praktisch Fehlanzeige, denn höchstens ein paar Wanderer schauen beim Vorbeigehen mal kurz ins Schaufenster. Dass das Zweier-Team René Lutz und Carine Kalbermatten hier dennoch fast schon auf eine vierjährige Erfolgsgeschichte zurückblicken kann, ist kein Zufall, sondern auf eine durchdachte Kunden- und Sortimentsphilosophie zurück zu führen.

Bereits vor mehr als 8 Jahren – noch am alten Geschäftsstandort in Grindel – entschloss sich René Lutz zu einer grundsätzlichen Neuorientierung. Vorausgegangen waren lange Jahre typischer RTV-Geschäftstätigkeit mit relativ unspezifischem Sortiment inklusiver diverser „Hausmarken“, breitem Kunden-

kreis und zusätzlicher Installationstätigkeit von Sat-Anlagen. Damals schon hatte René Lutz den Anspruch, alles selber zu reparieren.

Das Problem: Obwohl sein Geschäft stetig expandierte, tendierten die Jahresgewinnrechnungen jeweils gegen Null. Der für Selbständige typische immense Arbeitsaufwand wurde schlichtweg nicht belohnt. Und weil man ständig vom Tagesgeschäft absorbiert war, blieb auch keine Zeit dazu, Alternativen zu entwickeln.

BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHES KNOW-HOW

Erst nachdem René Lutz 2005 seine jetzige Lebens- und Geschäftspartnerin Carine Kalbermatten kennengelernt hatte, sollte sich auch beruflich einiges verändern. Die studierte Betriebswirtschaftlerin brachte ihn dazu, die ökonomischen Grundlagen seines Fachgeschäfts auf den Prüfstand zu legen. Dabei zeigte sich

schnell, dass ein Grossteil der eigenen Tätigkeit betriebswirtschaftlich gar nicht sinnvoll, da unrentabel war. So wurde bald einmal klar, dass das Unternehmen Lutz Electronics grundlegend umstrukturiert werden musste. Und zwar in Richtung Abbau unrentabler Geschäftszweige und Dienstleistungen. Die bis anhin angestrebte Umsatzsteigerung erwies sich gar nicht als sinnvoll, da sie nicht mit einer adäquaten Gewinnspanne verbunden war.

REDUZIERTES UND AUSGESUCHTES SORTIMENT

Die wichtigste Änderung war die Neuausrichtung des Unternehmens hin zu einem Kleinbetrieb mit reduziertem Sortiment, dessen Produkte-Portfolio es aber in sich hat. Anstelle einer möglichst breiten Auswahl („für jeden etwas“), sollte die Devise nun heissen: Ausschliesslich hochwertige Qualitätsprodukte, die ihren Preis haben, ohne jedoch

gleich vollständig in die Sparte exklusiver Luxusgüter abzuheben. Fündig wurde man mit der deutschen Traditionsmarke Metz, deren Fernseher sich wohltuend vom Massenmarkt abheben und die aufgrund einer streng-selektiven Vertriebsstrategie auch nicht dem üblichen Preisverfall ausgesetzt sind. An Metz-Fernsehern schätzt René Lutz besonders auch die modulare Erweiterbarkeit sowie die ausgezeichneten Service- und Reparaturtauglichkeit.

Daneben führt man ein ausgewähltes Audio- und Multimedia-Sortiment, beispielsweise mit den Marken T+A, Sonos und Pure. Und auch ein komplettes Heimkino der Spitzenklasse wartet in den heimischen Wohnräumen auf eine Vorführung.

INDIVIDUELLE KUNDENBERATUNG GROSS GESCHRIEBEN

Grundsätzlich geht es René Lutz und Carine Kalbermatten inzwischen viel weniger darum, einzelne Geräte und Komponenten über den Ladentisch zu verkaufen, als vielmehr individuelle Komplettlösungen inklusive Beratung und Heiminstallation an den Mann und

die Frau bzw. an die Familie zu bringen. Dienstleistungen werden offen deklariert, bei Beanspruchung verrechnet und machen heute einen guten Teil des Einkommens aus. René Lutz hat sich über die Jahre gezielt im Bereich Vernetzung und Multimedia geschult und schreckt heute auch nicht vor gesamten Heimvernetzungs- und Multimedia-Lösungen zurück. Wobei er seine Stärken und Grenzen kennt und die Kooperation mit Installationspartnern pflegt.

WERTSCHÄTZUNG SCHAFFT ZUFRIEDENHEIT

Bei unserem Besuch in Grindel haben wir gespürt, dass hier zwei Lebens- und Geschäftspartner etwas realisiert haben, was der UE-Branche sonst leider weitgehenden abhanden gekommen ist: Wertschätzung – für den eigenen Beruf, für das verkaufte Produkt, die eigene Dienstleistung und das Know-how. Das ganze Geschäftsmodell „Lutz Electronics“ basiert darauf. Wichtigster Punkt ist, eine Kundschaft aufzubauen, die nicht nur hochwertige und entsprechend teure Produkte, sondern das ganze Drumherum von der fundierten Beratung bis zur

Heiminstallation zu schätzen weiss. Dies ist natürlich nicht von heute auf morgen möglich. Dennoch mag es als Rezept für den Schweizer Fachhandel insgesamt gelten, nicht mehr jedem potenziellen Kunden nachzurennen, sondern nur noch diejenigen anzusprechen, die Qualität in allen Bereichen gut heissen.

FAZIT

Spricht man mit René Lutz und Carine Kalbermatten, so spürt man, dass die beiden ein sehr emotionales Verhältnis zu ihrer Kundschaft pflegen, denn die Kundenzufriedenheit äussert sich nicht nur in der Ladenkasse, sondern ist eben auch ein zwischenmenschlicher Wert, den es zu pflegen und zu bewahren gibt. Der dann auch neue Kunden anzieht. :]

Lutz + Partner, Multimedia
Erschwilerstrasse 246
4247 Grindel SO
Tel. 061 763 07 55
www.lutz-electronics.ch

DREI FRAGEN AN RENÉ LUTZ

Wie gross ist das Einzugsgebiet Ihres Geschäftes?

Wir haben ein breites Einzugsgebiet. Im Umkreis von 20 Minuten Autofahrt gibt es etwa 20 000 Haushalte. Hier finden wir den Grossteil unserer Stammkunden. Durch die Zusammenarbeit mit Architekten gibt es zudem immer wieder attraktive Aufträge in der weiteren Umgebung.

Wie sieht Ihr Werbekonzept aus?

Seit wir vor 4 Jahren unser neues Haus mit Laden bezogen haben, ist auch die Werbung neu ausgerichtet worden. Wir machen jedes Jahr einen eigenen, 20-seitigen Prospekt, worin unsere Geschäftsphilosophie und die Schwerpunkte des Verkaufsprogrammes präsentiert werden. Die Texte machen wir selber. EP übernimmt dann den Druck. Die Auflage ist 12 000 Exemplare.

Wie sehen Sie die Zukunft Ihres Geschäftes?

Wir wollen den eingeschlagenen Weg der Stärke unbedingt weiterführen. In den 20 Jahren unseres Geschäftes haben wir eine grosse, treue Kundschaft aufgebaut. Diese gilt es zu pflegen und neue dazu zu gewinnen. Die grosse Erfahrung im Netzbau (wir haben auch eine gute Zusammenarbeit mit Elektrofirmen und Architekten) gibt uns Sicherheit auch für künftige Herausforderungen. Die Ansprüche der Kunden steigen, und damit sind gute Beratung, perfekter Service immer wichtiger. Auch wir müssen uns ständig weiterbilden, um die schnell wechselnden Technologien gut zu beherrschen.



Ideales Zweierteam: Carine Kalbermatten & René Lutz.



Ladenkonzept mit wenigen, hochwertigen Produkten.