

Eine Erfolgsgeschichte schreibt sich fort

Estrichleger sehen sich in der Regel einem erbitterten Preiskampf unterworfen. Um im Wettbewerb bestehen zu können, scheint es nur ein scheinbarer Ausweg zu sein, an der Qualität zu sparen. In diesem Fall drohen Reklamationen, aufwändige Nachbesserungsarbeiten und Abzüge von der Rechnung. Kommt noch eine unmotivierte Zahlungsmoral seitens der Auftraggeber hinzu, sehen sich so manche solide Unternehmen am Rande der Verzweiflung.

Was also tun?


In der Regel empfehlen Marketingexperten in solchen Situationen, nicht in den Preiskampf einzusteigen, sondern sich durch eine überdurchschnittliche Qualität in die Gewinnzone der Premiumprodukte zu bringen. Estrichleger, die in den letzten Jahren diesen Weg gehen wollten und gegangen sind, konnten auf ein neuartiges Estrichsystem zurückgreifen. Das Unternehmen PCT Chemie aus dem schwäbischen Hemmingen bei Stuttgart bietet mit der Produktgruppe Retanol Systemestriche an, die sich zielgenau auf spezifische Anforderungen der Baustellen abstimmen lassen. So kann der Zeitpunkt der Belegreife präzise gesteuert werden. Die Belegreife ist in Abhängigkeit des gewählten Systems nach drei Tagen möglich. Die Estriche weisen eine überdurchschnittliche Qualität auf. Darüber hinaus gibt es spezielle Lösungen für extrem belastbare und dünn-schichtige Böden. Hierfür übernimmt die Firma sogar die Garantie, indem sie ihre Kunden von der Haftung befreit, wenn diese das Produkt korrekt verarbeiten. Die Formel, nach der qualifizierte Fachbetriebe mit deutlicher Qualitätsverbesserung im hart umkämpften Markt gute Erträge erwirtschaften können, lautet: Geeigneter Zement + geprüfte Zuschlagsstoffe + Retanole = Retanolestrich = Ertrag. Die Zuverlässigkeit und Funktion der Retanole hat sich seit Markteinführung 2005 mehr als bewährt. Bislang wurden ca. 22 Mio. m² Retanol-Estriche verlegt. Die jährliche Wachstumsrate liegt bei 60 Prozent, ein Wert, der für sich steht. Nach Unternehmensangaben steigt die Anzahl der qualifizierten Fachbetriebe, die Retanol Estriche verlegen, jedoch lediglich um zehn bis zwölf Prozent jährlich. Damit wird offensichtlich die Wertsteigerung der Fachbetriebe unter Beweis gestellt. Hier gilt die Regel: Qualität anstelle von Quantität.

Abgerundet wird dieses System durch umfangreiche Service- und Technikerleistungen durch PCT-Mitarbeiter auf den Baustellen sowie Beratung mit verbindlichen Aussagen. Sonderlösungen und schwierige Aufgabenstellung gehören ebenso zum Alltag wie die Standard-Freigabe durch die PCT zur Belegung mit Oberbelägen.

Seit Anfang 2010 wurden zwei weitere wichtige Systembausteine integriert: Zentraleinkauf Kies und die eigene Zementproduktion. Hierfür hat die Unternehmensgruppe Zuwachs bekommen. Die Deutsche Estrich Gesellschaft hat diesen Produkt- und Servicebereich übernommen.

Unter der Leitung von Bernhard Blatter entstand ein flächendeckendes System, über das geprüfte Zuschlagstoffe nach DIN 1045-2 zu Marktpreisen angeboten werden. Der Vorteil liegt hierbei auf der Hand. Der Handwerker hat die Gewährleistung und die Sicherheit, mit dem richtigen Material zu arbeiten. Aufwändige ständige Prüfungen erfolgen bereits im Vorfeld und geben dem Anwender die notwendige Sicherheit, das geeignete Material einzusetzen und vor Mängelanzeigen geschützt zu sein.

Mit der eigenen Zementproduktion und dem Produkt Eszet No.1 wurde ein hochwertiger vergüteter Zement geschaffen, der insbesondere auf die Belange eines dünn-schichtigen Systems konfiguriert wurde. Hohe Frühfestigkeiten, gepaart mit geringer Neigung zum Schwund in Verbindung mit einer hohen Verlegeleistung gewähren auch hier die notwendige Sicherheit. Über die Republik sind acht Auslieferungslager verteilt. Diese stellen in Verbindung mit ausgesuchten Baustofffachhändlern die Verfügbarkeit sicher.

„Die Gruppe der Retanolisten kann somit auf ein in sich stimmiges und rundes Paket zurückgreifen. Zukunftssicherung und Erträge sind die Folge davon“, ist PCT-Geschäftsführer Heinz Leistner überzeugt. 

ANTJE EBNER



Marketingexperten raten Estrichlegern, nicht in den Preiskampf einzusteigen, sondern sich durch eine überdurchschnittliche Qualität in die Gewinnzone der Premiumprodukte zu bringen.