



Die Geschäftsführer der Novoline (v.l.n.r.): Hans-Peter Rausch, Markus Barth, Andreas Langeder, Michael Faraone, Christian Blank, Julian-Denis Rausch.



Der erste Novoline-Showroom eröffnete im Sommer 2016 in Kitzingen.

Premiummarken

EXKLUSIVER VERTRIEB DANK PARTNERSYSTEM

Die Sanitärmarke Novoline hält neben Waschtischunterschrank und -schalen, Badewannen und Duschflächen auch Wandpaneele bereit. Die Produkte sind ausschließlich in den Exklusiv-Badausstellungen der Novoline-Partner zu sehen. Auch der Vertrieb ist einem Netzwerk von Kunden vorbehalten, die zum Wirkkreis der Novogroup zählen.

Das fränkische Kitzingen lockt seit Sommer 2016 auch Freunde exklusiver Bäder an: Hier hat Hans-Peter Rausch einen Novoline-Showroom eröffnet und offeriert Sanitärausstattungen, die für Luxus im heimischen Bad sorgen, aber dennoch erschwinglich sind. Novoline gehört zur Novogroup – ein Firmenkonglomerat, das außer der Bäderlinie noch ein Planungs- und Finanzkontrollsystem (Novocontrol), eine Firma für Patentrecht (Novo-

patent) sowie einen Betrieb zur Ausstattung von Lounges, Bars und Hotellobbys (Novolounge) umfasst. Im Untergeschoss eines Kaufhauses präsentiert der in schwarz gehaltene Schaumraum goldene Waschschalen, hinterleuchtete Kristallglasspiegel und freistehende Badewannen. Innerhalb von zehn Tagen war der erste Novoline-Showroom eingerichtet – die Wände wurden schwarz gestrichen, ein schwarzer Teppichboden wurde verlegt und stilvolle Kronleuchter sowie Lichtobjekte wurden installiert. „Wir wollten zeigen, dass man auch mit einfachen Mitteln viel bewirken kann“, erklärt Rausch das Einrichtungskonzept, das auch bei seinen Partnerunternehmen Anklang findet: „Von den 34 Badausstellungen der Sanitärmarke, die bislang in Deutschland eröffnet sind, sind weit über 80 % schwarz“, teilt der Unternehmensberater mit. Und das, obwohl er seinen Kunden bei der Ausgestaltung ihrer Räumlichkeiten freie Hand lässt. 17 weitere Showrooms befinden sich derzeit im Entstehen. Außerdem plant Novoline

die Expansion ins Ausland: Dependancen in Singapur, Hongkong und Bangkok sind bereits in Planung. „Nach dem offiziellen Startschuss des Markenauftritts im April 2016 haben wir innerhalb von sechs Wochen Showroom-Ware im Wert von 1 Mio. Euro verkauft“, berichtet Rausch, der seit 35 Jahren als Unternehmensberater und Coach tätig ist und Handwerker aller Gewerke schult. Sein enger Kontakt zu Installateuren und Badplanern veranlasste ihn dazu, 2013 die ersten Skizzen und Ideen auszuarbeiten, bis 1.000 Tage später der offizielle Startschuss für Vertrieb und Controlling fiel. Zur Geschäftsführung gehören zudem Michael Faraone (Finanzen und Controlling), Christian Plank (Techniker und Bäderbauer), Julian-Denis Rausch, Markus Barth (Techniker und Bäderbauer) und Andreas Langeder (Marketing). Das sechsköpfige Führungsteam sitzt verstreut in Süddeutschland und Österreich und trifft sich zu regelmäßigen Planungsmeetings in Kitzingen oder Kitzbühel. Alles begann mit der Idee für eine



Gemeinsam mit dieser „Eintrittskarte“ erhalten Novoline-Partner ein umfassendes Marketingpaket für den Vertriebsstart der Sanitärmarke.



Den Hintergrund der Waschtische bilden Dekorpaneele, die schnell und ohne Mithilfe weiterer Gewerke zu montieren sind. Spiegel mit LED-Beleuchtung komplettieren das Novoline-Sortiment.

Sanitärserie. Rausch entwarf Waschtischunterschrank samt Aufsatzwaschbecken, machte sich über Materialien und Design Gedanken. Für die Gestaltung der exklusiven Sanitärserie konnte er den italienischen Designer Luca gewinnen, fertigen lässt er die Produkte in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Italien. Aus einer Handvoll Sanitär-objekte entstand durch die geschickte Kombinierbarkeit unterschiedlicher Materialien und einer modulhaften Bauweise bald ein großes Sortiment. „Die Produktpalette ist gigantisch“, erklärt Hans-Peter Rausch. Eine Akzentwand, gefertigt aus speziellen Trägerplatten, die mit Hilfe eines ausgeklügelten Systems an der Wand befestigt werden, kann den Hintergrund für Waschtisch und Co. bilden. „Vom Betonlook über Lederoptik, Putzfinish oder Metalloberfläche bis hin zu Lack oder Velours ist alles möglich“, erklärt der Unternehmensberater, „somit reduziert der Installateur die Fremdarbeiten und erhöht die eigene Marge enorm.“ Ein geübter Handwerker schafft die Montage in knapp einer Stunde. Neben dem Einsatz im Bad können die Paneele auch an anderen Stellen im Wohnbereich platziert werden und bieten für den Installateur ein interessantes Zusatzgeschäft.

Den Erfolg stets im Blick

Wer Novoline-Partner werden möchte, durchläuft zunächst eine dreitägige Schulung der Novotrend. Im Anschluss

erhält er ein Marketingpaket, das sowohl sämtliche Collagemappen und Werbematerialien sowie ein iPad inklusive installiertem Novo-Onlineshop umfasst. Weiterhin besteht die Möglichkeit eine Kontrollsoftware (Novocontrol) zu nutzen, mit dem Handwerksunternehmen die Wirtschaftlichkeit ihrer Aufträge stets im Blick behalten. Finanzen, Arbeitsstunden, Baustellenfortschritt sind auf Wunsch taggenau abruf- und kontrollierbar. Ist das Projekt im Zeitverzug, wird geleistete Arbeitszeit nicht eingetragen oder laufen die Finanzen aus dem Ruder, erhält sowohl der Novoline-Partner als auch das Novo-Management eine Nachricht. Partnerbetrieb und Management können so jederzeit korrigierende Maßnahmen ergreifen, um frühzeitig Probleme zu vermeiden. Rausch und Kollegen stehen ihren Partnern beratend zur Seite und helfen ihnen dabei, ihre Umsatzziele zu erreichen. „Mehrere jährlich kontaktieren wir unsere Partner telefonisch oder vor Ort und betreuen deren Arbeit“, berichtet Julian-Denis Rausch. Fahnen, Aufsteller, die Vermittlung eines gebrandeten Firmenwagens sowie die Unterstützung bei Events runden die Erstausrüstung seitens Novoline ab. Damit aber nicht genug: Im Rahmen eines Dreijahresplans stelle Novotrend gemeinsam mit ihren Partnern konkrete Ziele für die Geschäftsentwicklung auf, deren Erreichung regelmäßig kontrolliert und bei Bedarf unterstützt wird. Für die

weitere Zukunft hat sich Rausch konkrete Ziele gesetzt: „Wir haben im Sanitärbereich 52.000 Handwerksbetriebe in Deutschland. Davon wollen wir 1 % bedienen.“ Noch 200 Neukunden möchte Rausch als Premiumpartner gewinnen – dabei gelte Gebietsschutz, in manchen Regionen sei das Netzwerk schon dicht. „Wenn die letzten Plätze vergeben sind, ist die Chance vorbei“, erklärt Rausch, der eine klare Wachstumsgrenze fest schreibt. Das Markencredo heißt exklusiv sein und bleiben – keines der Sanitär-objekte ist im Internet zu finden, der Vertrieb ist allein den Premiumpartnern vorbehalten. Wie die Ware sei auch das Verkaufskonzept einzigartig, erklärt Rausch. „In meinen Seminaren bringe ich den Teilnehmern bei, wie man gewinnbringend verkauft und für den Kunden ein Einkaufserlebnis schafft.“ Rauschs primäres Ziel: Seinen Partnern zu einer nachhaltigen Gewinnsteigerung zu verhelfen. Christian Plank, Heizungsbauer vom Chiemsee, lernte Rausch vor einigen Jahren auf einer Schulung kennen. Als sein Betrieb durch ausbleibende Zahlungen von Bauträgern in eine finanzielle Schieflage geraten war, ließ er sich von ihm beraten: „Herr Rausch hat meine Firma so gesehen, als wäre sie seine eigene und genauso darum mit mir gekämpft“, so Plank, der seine Firma zu neuem Erfolg führen konnte und optimistisch in die Zukunft blickt. ■ (ie)

www.novo-group.de