

audio

infos

DIE ZEITSCHRIFT FÜR DEN HÖRAKUSTIKER

MAI 2021

n°241

www.audio-infos.de



Die Maurers: „DIE JUNGE GENERATION TICKT ANDERS“

GEMEINSCHAFTEN:

THOMAS MAISCH UND
FLORIAN LOHMEIR ÜBER
DIE BEST AKUSTIK

INTERVIEW:

ANDREAS JÄKEL BLICKT AUF 30
JAHRE IM AUSSENDIENST BEI
PHONAK ZURÜCK

KONZEPTE:

OPTIMUS HEARING – DIE
GRÜNDER PRÄSENTIEREN SICH

Von Jan-Fabio La Malfa
 mail@audioinfos.de
 Fotos: eccola

„EINE NACHFOLGE SOLLTE GUT GEREGET SEIN“

Petra und Udo Maurer, Inhaber und Geschäftsführer der eccola GmbH, gründeten 2019 die Beratungsfirma „Die Maurers“ ▶



Wer einen Schnellhörtester sucht, der landet früher oder später bei eccola. Hinter dem schwäbischen Unternehmen stehen Udo und Petra Maurer. 2019 gründeten sie die Beratungsfirma die maurers. Ein Gespräch.

Herr Maurer, Sie sagen von sich, dass eccola eine kleine, effektive und innovative Firma ist, für die das Hören im Mittelpunkt steht. Was darf man darunter verstehen?

Udo Maurer: eccola hat sich in den letzten Jahren mehrere Standbeine aufgebaut. Hierzu gehören zum einen Produkte, die für Hintergrundarbeit der Akustiker im Umgang mit der Technik wichtig sind, wie zum Beispiel Profi-Reinigungs- und Trockengeräte für den Werkstattbereich. Ebenso kennen viele Hörakustikbetriebe unsere Produkte zur Neukundengewinnung und zur Bestandskundenpflege. Das können Hörtest- oder Hör-Butleraktionen sein, man kann sich aber natürlich auch unser Hörmobil mit Promoter mieten. Zum anderen steht hinter eccola ein Unternehmen, das zugleich verkaufsfördernde Schulungen sowie Seminare anbietet. Hier greifen wir auf ein großes Partnernetzwerk zurück.

Sie haben 1998 den ersten Schnellhörtester entwickelt. Stimmt das?

Udo Maurer: Im Prinzip schon, wobei man sagen muss, dass es eine Art Vorläufer gab. Damals war die Branche ja bei weitem noch nicht so ausdifferenziert wie heute. Das gilt auch für das Marketing, für das ich mich schon zu der Zeit sehr interessierte. Deshalb habe ich mir einen Schnellhörtester, der am Markt erhältlich war, bestellt und einen VW Bully mit Hochdach gekauft. Der Hörtester genügte aber nicht meinen Ansprüchen. Da ich aber überzeugt war, dass wir aus den Geschäften raus müssen, um die Leute anzusprechen und über Hörgeräte zu sprechen und aufzuklären, entschied ich mich, selbst einen zu entwickeln und zu bauen.

War das der Beginn für eccola?

Udo Maurer: eccola kam erst später. Den Hörtester habe ich zu Beginn, wie vieles andere auch, für die eigenen Geschäfte gebaut. Auf dem EUHA-Kongress 1998 habe ich dann über Jacek Krajewski von decus den Schnellhörtester H-MAN anbieten lassen. Der Hörtester verkauf-



▲ H-MAN X 1, der bewährte Schnellhörtester von eccola



▲ easy cleaner, die innovative Alternative zum bewährten ecco cleaner



▲ Hörmobil mit Promoter können über eccola gemietet werden

te sich x-Mal. Als ich sah, dass ein Schweizer Akustiker gleich vier Stück kaufte, wurde mir klar, dass ich da jetzt ein Produkt habe, das wohl läuft. Das habe ich dann einige Jahre lang nebenbei so weiterbetrieben. Eine eigene Firma hierfür war nicht geplant, schließlich lag ja der Fokus auf den Hörerätgeschäften.

Was haben Sie sich denn noch gebaut?

Udo Maurer: Alles Mögliche. Den Startpunkt bildete eigentlich ein Testkoffer für Reparaturtechnik zur Meisterprüfung, in dem ein Mess- und Prüfgerät eingebaut war. Das gab es damals so noch nicht. Durch den aber fand ich meinen Weg in die Branche und konnte gleichzeitig von meinem Studium profitieren.

Sie sind über Umwege zur Hörakustik gelangt?

Udo Maurer: Ja, ich bin gelernter Energieanlagenelektroniker und habe ein Studium in Automatisierungstechnik absolviert. Der Plan war ursprünglich, bei IBM im Projektmanagement anzufangen. Ich hatte mich in diese Richtung auch schon weitergebildet. Da mich aber IBM in die Welt herausgeschickt hätte, sich zu der Zeit meine damalige Frau selbstständig machen wollte und mir der Beruf so gefiel, entschloss ich mich, eine Ausbildung zum Hörakustiker dranzuhängen.

Ich verstehe Sie aber richtig, dass der Ursprung von eccola darin zu sehen ist, das

Sie das eigene Geschäft mit Produkten ausstatten wollten, die Sie sonst nirgendwo erhielten?

Udo Maurer: Im Grunde genommen schon. Nachdem ich die Meisterprüfung abgeschlossen hatte und die ersten drei Geschäfte liefen, befand ich mich mit Hörakustik Maurer voll auf Expansionskurs und hatte große Ziele. Natürlich brauchte ich dafür die Hörtester. Beschäftigt habe ich mich mit solchen Projekten aber nur abends und am Wochenende.

Warum kam es dann doch zur Gründung von eccola?

Udo Maurer: Zu dem Zeitpunkt hatte ich acht Filialen und eine Einzelfirma, den Vorläufer von eccola. Bis auf eine Mitarbeiterin in der Buchhaltung habe ich mich um alles gekümmert. Auch war ich schon mit meiner jetzigen Frau Petra zusammen. Während eines Kurzurlaubs in den Bergen saßen wir im Café Ecco in Kitzbühel und diskutierten einen möglichen Unternehmensnamen. Ecco hat uns auf Anhieb gefallen, ohne richtig die Bedeutung zu kennen. Als wir herausfanden, dass eccola in romanischen Sprachen ‚hier ist es‘ bedeutet, gründeten wir gemeinsam die GmbH.

Petra Maurer: Hintergrund war, dass wir eine langfristige Entscheidung treffen mussten. Ich arbeitete zu dieser Zeit in einem Industrieunternehmen als Assistentin der Geschäftsleitung sowie im Projektmanagement und als Verantwortliche



▲ Petra Maurer war mehrere Jahre als Assistentin der Geschäftsleitung sowie im Projektmanagement und als Verantwortliche für die Personalentwicklung tätig

für die Personalentwicklung. Ich war sehr viel unterwegs und konnte ihn nur in der Freizeit unterstützen. Also stellte sich die Frage, ob ich meinen Job aufgebe, bei ihm mit einsteige oder er jemanden einstellt. Das überlegt man sich natürlich gut, wenn man auch privat liiert ist. Ich habe mich nach dem Kitzbühelurlaub daher zu einem Coaching entschlossen und habe überprüft, was das heißt, wenn wir privat und beruflich alles zusammenlegen. So stieg ich bei eccola ein.

Und welche Produkte hatten Sie zu dem Zeitpunkt im Produktportfolio?

Udo Maurer: 2008 kam der ecco cleaner auf. Seinen Vorgänger, den Mark V, hatte ich auf einem Kongress in Amerika entdeckt. Auch hier habe ich gemerkt, dass das Produkt gut ankam. Und da es für Hörakustiker in Deutschland keine professionellen Reinigungs- und Trocknungsgeräte gab, mich beim Mark V aber ein paar Dinge störten, habe ich mich wieder hingeworfen und den ecco cleaner selbst entwickelt. Das Produktportfolio von eccola bestand schon damals nicht nur aus Eigenentwicklungen. Es gab Produkte, die wir zugekauft und an Akustiker weiter vertrieben haben. Zum Beispiel Videootoskope. In diesem Bereich gab es immer nur hochpreisige Angebote. Durch Zufall bekam ich ein Günstigeres aus Taiwan in die Hände. Nachdem wir durch meine Frau einen direkten Kontakt zum Hersteller Dino Lite aufgebaut hatten, ging unser Videootoskop ab wie eine Rakete. Ich habe oft das Glück gehabt, gewisse Dinge zum richtigen Zeitpunkt auf den Markt zu bringen.

Warum haben Sie Ihre Fachgeschäfte 2018 verkauft?

Udo Maurer: Hier fallen mir 1000 Gründe ein. Mein Ziel war immer, eine top organisierte Firma zu haben. Wenn jemand in Göppingen über Hörgeräte spricht, dann sollte er automatisch an Maurer denken. Als ich dies erreicht hatte und im Landkreis keine Expansion mehr möglich war, hätte der nächste Schritt darin bestanden, in den nächsten Landkreis zu expandieren. Das ist immer ein großer Schritt, für den man finanzielle Mittel braucht, viel Kraft und Zeit. Ein weiterer Grund ist, dass sich die Generation der Akustiker verändert hat. Wenn du erfolgreich sein willst, musst du bereit sein, mit der Zeit zu gehen. Als die sozialen Medien aufkamen, habe ich gemerkt, dass ich Boden verliere. Ich habe überhaupt nichts dagegen, aber neben klassischer Werbung noch YouTube-Videos, Instagram oder Facebook zu machen, das hätte ich professionell nicht mehr alles unter einen Hut bekommen. Das muss man aber heute, um erfolgreich zu sein. Und bei 35 Mitarbeitern in zwölf Filialen trägt man soziale und unternehmerische Verantwortung. Unabhängig davon, dass ich mir neue Ziele setzen wollte und ich auch keine Nachfolger:in hatte, habe ich im Endeffekt erkannt, dass man aufhören soll, wenn es am schönsten ist.

Sehen Sie einen Generationsunterschied bei den Einzelkämpfern?

Udo Maurer: Selbstverständlich hängt, wie bei anderen Branchen auch, erst einmal alles vom Unternehmen selbst ab. Ich kenne erfolgreiche Akustiker mit einem Geschäft, die eine Million Euro Umsatz machen und dabei die komplette Klaviatur spielen können. Und ja, diese junge Generation tickt anders. Viele davon sind richtig wild. Früher war ich der Wilde, der ein Hörmobil hatte und am Wochenende alles gemacht hat, was nur möglich war. Während andere mit einer Zeitungsannonce im Jahr zufrieden waren, bemühte ich mich pausenlos um Neukundenakquise. Und wenn mal eine Delle war, habe ich immer eine Aktion in der Hinterhand gehabt. Wir hatten keine Karteileichen, die nicht bearbeitet wurden. Das muss man auch heute machen. Zur Neukundenakquise jedoch brauche ich heute auch die sozialen Medien.

Petra Maurer: Und die benötigen ein Budget, Zeit, Kompetenz und Manpower. Das heißt aber nicht, dass wenn ich Kunden übers Internet erreichen möchte und es nicht selber mache, ich als Lösung eine bekannte Firma am Markt dafür



▲ „Wir wollen den Inhaber bei seiner Nachfolgereglung kompetent auf seinem Weg begleiten“, so Udo Maurer

nehme und damit deutlich weniger verdienen kann. Das geht auch anders in einem kleinen Umfeld, wie man am Beispiel von Fabian Böhm und anderen jungen Wilden sieht. Dass diese Generation aber völlig anders tickt als noch vor 15 Jahren, sehen wir nicht nur in der Kommunikation. Sie fokussieren sich mit Ihrem Team auf Ihr Geschäft und Ihre Kunden.

Kommen genügend junge Akustiker mit eigenen Geschäften nach?

Udo Maurer: Ich war über zehn Jahre im Meisterprüfungsausschuss der Handwerkskammer Halle. Aufgrund der Prüfungen, die in Halle und in Lübeck abgenommen wurden, habe ich natürlich viele angehende Meister kennengelernt. Viele von ihnen riefen mich im Laufe der Zeit an und fragten, ob ich sie nicht bei ihrer angehenden Selbstständigkeit beratend unterstützen würde. Das kam, weil ich immer offen erzählt hatte, wie das bei mir lief. Das habe ich auch lange nebenbei kostenlos gemacht und bin deshalb überzeugt, dass es nur einen Grund gibt, weshalb seit Jahren die Zahl der Betriebsstätten kontinuierlich steigt: Es sind die Neugründungen, die das Wachstum ausmachen. Dies erfolgt aber nicht nur durch die Filialisten, die eher bestehende Betriebe aufkaufen.

Liegt hier auch der Grund, weshalb Sie 2019 die Beratungsfirma die maurers gegründet haben?

Udo Maurer: Es wäre vermessen, eine Beratungsfirma zu gründen, weil ich in der Vergangenheit so erfolgreiche Hörgerätegeschäfte

hatte. Hier geht es um rein fachliche Aspekte. Wir beide stammen aus dem Projektmanagement und haben uns in den letzten Jahren kontinuierlich weitergebildet. Unter anderem arbeiten wir viel mit der Firma HelfRecht, einer unternehmerischen Planungsmethode. Ziel unserer Beratungsfirma ist, Inhaber in der Hörakustik projektorientiert und vom unternehmerischen Standpunkt aus zu begleiten. Das kann natürlich die Neugründung sein oder auch Unterstützung bei allen Personalfragen und Personal-Akquise. Vielleicht aber hegt jemand Expansionspläne, möchte verkaufen oder die Nachfolge seines Betriebes sichern – die Anforderungen sind hier vielfältig und sehr individuell.

Wie können Sie eine Nachfolge sicherstellen?

Udo Maurer: Natürlich bringen wir nicht alle Kompetenzen selbst mit. Wir haben aber in den letzten Jahren ein Team zusammengestellt, das breit aufgestellt und in der Lage ist, einen Verkauf allumfassend zu begleiten. Es besteht aus einem Fachanwalt, einem Steuerberater und uns Beiden.

Worauf sollten Inhaber grundsätzlich achten, wenn sie nach einer Nachfolgereglung suchen? Und weshalb ist dabei eine kompetente Begleitung notwendig?

Petra Maurer: Bei einem Verkauf oder bei einer Nachfolge sollten nicht nur juristische Aspekte geregelt sein. Er sollte ebenso unter fachlichen und berufsständischen Gesichtspunkten gesehen werden. Hier steht vor allem die Frage vorne dran, wie die Mitarbeiter bei diesem Prozess mitgenommen werden. Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Begleitung des Inhabers selbst. Viele verkaufen wegen Krankheit, Frust und sie glauben, den Verkauf alleine durchführen zu können. Und hier kommen wir ins Spiel. Wir wollen den Inhaber kompetent auf seinem Weg begleiten, zumal man bei einem Verkauf oft großen Filialisten gegenüber steht, die Profis sind und das täglich machen.

Ist Verkauf die einzige Lösung?

Udo Maurer: Ich sage mal so: Ich kenne Beispiele, wo man etwa eine Nachfolge an einen Mitarbeiter über Jahre vorbereitet hat. Das kann gut funktionieren, aber man sollte sich im Klaren sein, dass man über diese Variante vielleicht nicht das finanzielle Maximum aus der Übergabe herausholt. Den richtigen Nachfolger zu finden,

ist aber genau die Schwierigkeit. Eine leichte Tendenz in diese Richtung sehe ich aber. Denn das Kaufen der Großen nimmt langsam ein Ende. Die schauen jetzt viel intensiver, ob sich ein möglicher Deal auch wirklich für sie lohnt, und gehen selektiver vor.

Petra Maurer: Wobei man aber auch sagen muss, dass es mittlerweile auch Geschäftsmodelle gibt, bei denen man versucht, den Alteigentümer mit im Geschäft zu halten. Die Großen waren stets bestrebt, die Alteigentümer rauszuhalten. Das geht oft nicht gut. Neuere Modelle sind eher bestrebt, einen Alteigentümer im Geschäft mit zu übernehmen und so die Integration auf sichere Beine zu stellen und von seiner Erfahrung zu profitieren. Das geht aber nur, wenn alle Beteiligten sich nach dem Verkauf über ihre neuen Rollen klar sind.

Udo Maurer: Die Zeiten mit sehr hohen Faktoren für den Kaufpreis sind aktuell jedenfalls vorbei. Die Großfilialisten sind da in meinen Augen heute zu gut aufgestellt und haben bereits eine gute Marktabdeckung. Was aber dringend benötigt wird, sind Fachkräfte. Ohne Fachpersonal, das übernommen werden kann, ist ein Geschäft heute schon deutlich weniger wert.

Das Personal entscheidet also.

Udo Maurer: Selbstverständlich, wenn man am Markt erfolgreich agieren möchte, ist das Personal entscheidend. Gerade Meister sind Mangelware. Einen Meister im Geschäft zu haben, ist die halbe Miete. Ich werde ja öfters gefragt, wie lange meiner Meinung nach ein Geschäftsverkauf in der jetzigen Form noch möglich ist. Ein Verkauf oder eine Nachfolgeregelung wird natürlich immer möglich sein. Wenn wir aber auf das Thema Kaufpreis schauen, schauen wir in eine Glaskugel. Meiner Meinung können wir uns hier auch an der Optikbranche orientieren. Dort werden aktuell definitiv keine so hohen Faktoren mehr geboten. Und das Kaufverhalten der großen Filialisten ist hier schon merklich zurückgegangen. Deswegen glaube ich ja auch, dass unser Beratungsmodell definitiv weiter ausgebaut werden kann und die Nachfrage steigt.

Eine letzte Frage: Welche Ziele verfolgen Sie für 2021

Udo Maurer: Ich denke, es ist gerade die Zeit, sich zu sortieren und Ordnung reinzubringen. Die Hörakustik übersteht die Pandemie halbwegs gut. Viele stehen halt vor umständlichen Herausforderungen, die derzeit in den Betrieben



◀ „Die Zeit der sehr hohen Faktoren ist vorbei“, sind die Maurers überzeugt

zu leisten sind. Sie denken aber derzeit weniger an Investitionen und Expansion, weil jeder verunsichert ist, ob die Betriebe nicht doch vorübergehend aufgrund eines strengeren Lockdowns geschlossen werden müssen. Daher erwarten wir in diesem Jahr eigentlich Zurückhaltung. Wir haben natürlich im Hintergrund an neuen Produkten gearbeitet, wie etwa an einer neuen Pflegemittelserie, einer neuen Absorberbox für den Fräsarbeitsplatz oder an einem Nachfolger für unseren ecco cleaner. Da sich aus unserer Sicht so schnell keine Normalität ergeben wird, halten wir aber alles erst einmal zurück, bevor wir mit einem großen Aufwand ins Marketing einsteigen.

Petra Maurer: Das sehe ich genauso. Weder haben die Akustiker derzeit einen Kopf für solche Dinge, noch sehen wir eine realistische Chance, dass der Kongress dieses Jahr stattfindet. Heißt für uns jetzt, Hausaufgaben zu machen. Alles, was nicht optimal ist, muss entweder überarbeitet werden oder man wirft es heraus. Unsere Chancen kommen erst wieder 2022 und hierfür bereiten wir uns optimistisch vor.

Vielen Dank für das Gespräch! |