

BMK initiiert Zertifizierung für den Küchenfachhandel

Neutraler Blick von außen

Endkunden Orientierung beim Küchenkauf geben – das beabsichtigt der Bundesverband Mittelständischer Küchenfachhandel (BMK) und hat dafür ein neues Qualitätssiegel entwickelt. Mit 1-2-3 Küchen aus dem Großraum Potsdam hat sich nun der erste Küchenfachhändler von einem externen Dienstleister zertifizieren lassen.

Küchenstudio A, B oder doch der Möbelpalast auf der grünen Wiese? Küchenkäufer sind oft unsicher, welchen Händler sie nach der Informationsrecherche im Internet konkret aufsuchen sollen. Dann werden Bewertungen gesichtet und nach anderen Kriterien, die Vertrauen spenden könnten, Ausschau gehalten. Was den Vorstand des BMK (Bundesverband Mittelständischer Küchenfachhandel) schon vor drei Jahren auf die Idee brachte: „Es müsste einen TÜV-Stempel für den Küchenfachhandel geben.“ Doch die Zusammenarbeit mit dem TÜV hat seinen Preis. „Und der ist für viele Küchenfachhändler nicht finanzierbar“, sagt BMK-Präsident Hans Hermann Hagelmann. Weil sich die Idee im BMK-Vorstand jedoch festsetzte, wurde der Markt spezialisierter Dienstleister sondiert. Denn das war allen Verantwortlichen klar: Wenn eine Zertifizierung für

den Küchenfachhandel Wurzeln haben soll, dann funktioniert das nur mit externen Prüfern und verbindlichen Prüfkriterien. „Ein Siegel ohne Inhalt nutzt nichts“, lautet die Überzeugung. Schließlich fiel die Wahl auf CGG Quality Systems GmbH aus Berlin und das Angebot „ServiceCert – Zertifizierter Kundenservice“.

1-2-3 Küchen macht den Anfang

Nach intensiver Vorbereitung geht die BMK-Zertifizierung nun in die Praxis. Als erster Küchenfachhändler hat sich das Unternehmen 1-2-3 Küchen dem Zertifizierungsprozess gestellt. „Und bestanden“, wie dessen Geschäftsführer Heiko Rinkes verrät. Zusammen mit seinem Geschäftspartner Heiko Rychlik wird er Anfang September die offizielle Urkunde in Empfang nehmen. Ab dann wird das Siegel umfassend in die Kun-

Heiko Rinkes, geschäftsführender Gesellschafter 1-2-3 Küchen: „Der Küchenmarkt ist oft undurchsichtig. Wir wollen für unsere Kunden aber transparent sein in dem was wir tun.“



Foto: Biermann



Das neue Qualitätssiegel soll Kunden beim Küchenkauf Sicherheit geben, an einer vertrauensvollen Adresse zu sein. Verliehen wird mit dem Zusatz „sehr gut“ oder „gut“.

denkommunikation eingebunden: in den Studios, auf der Werbung, auf der Internetseite des Unternehmens. „Wir wollen unsere Kunden mit diesem Qualitäts-Siegel beeindrucken“, sagt Heiko Rinkes. Er betont aber auch, dass es für ihn bei dieser Zertifizierung um noch mehr gehe. Den externen Blick auf die internen Unternehmensabläufe und die Kommunikation mit den Kunden bewertet er als ungemein wertvoll. „Wir machen vieles schon gut, waren aber auch bei manchen Details nicht ganz so gut wie wir dachten“, gibt er ehrlich zu. An diesen Details konnte im Rahmen des Zertifizierungsprozesses nun zielorientiert gearbeitet werden.

Und das mit den Mitarbeitern zusammen. Denn diese wurden mit ihren praktischen Erfahrungen in den Prozess eingebunden. Bei 1-2-3 Küchen, so der Eindruck, ist die BMK-Zertifizierung Teamsache.

Rund 30 Mitarbeiter beschäftigt das Unternehmen, das in Potsdam und Umland (Brandenburg/Havel) vier Filialen betreibt. Angeschlossen ist 1-2-3 Küchen an die Gemeinschaft von KüchenTreff. Aus der Verbandszentrale in Wildeshausen kam auch der Hinweis auf die neue Möglichkeit zur Zertifizierung. KüchenTreff ist eins der Mitglieder des BMK, der als Dachverband der Küchenverbände fungiert.

Wie sieht es tatsächlich aus?

Praktisch betrachtet erfolgt der Zertifizierungsprozess nach einem festen Schema. Im ersten Schritt recherchieren die Experten von CGG Quality Systems vor Ort den IST-Zustand. Auf Basis eines umfangreichen Fragebogens, der nach intensiven Diskussionen innerhalb der BMK-Arbeitskreise und der Mitgliedsverbände entstand, werden die wichtigsten inneren Abläufe und Servicethemen durchleuchtet. Dabei werden auch Fragen wie diese gestellt: „Wie gestaltet ihr den Kontakt mit den Kunden? Gibt es dokumentierte Regeln dafür? Existiert ein Konzept, das alle Mitarbeiter kennen? Parallel dazu wird die Kommunikation über die verschiedenen Medienkanäle durchleuchtet: Sind die Angaben auf der Internetseite aktuell und plausibel? Wie werden Kontakte über die Social-Media-Kanäle gestaltet?

Neben diesen strukturellen Voraussetzungen für einen guten Kundenservice steht die gelebte Umsetzung auf dem Prüfstand. Im Verkauf und in der Zeit danach. Mystery Shopping und/oder Kundenbefragungen geben hilfreiche Auskünfte darüber, wie der Kunde den Service tatsächlich erlebt und empfindet.

Weitere Infos

Fragen zum neuen Qualitätssiegel beantwortet BMK-Geschäftsführer Niklas Schulte. Telefon: 0211. 4705014. E-Mail. niklas.schulte@zhh.de. Weitere Infos zu

ServiceCert finden Interessierte auch auf www.servicecert.de. Die Homepage des Verbandes ist unter www.bmk-verband.de zu finden.



Hans Herman Hagelmann, BMK Präsident: „Externe Prüfer und verbindliche Kriterien geben dem Siegel Wurzeln.“

Stärken und Schwächen

Im daran anschließenden dritten Schritt werden die gesammelten Ergebnisse ausgewertet und dabei Stärken und Schwächen benannt. Zudem werden eventuell bestehende Lücken zu den Kriterien der Zertifikatsverleihung identifiziert – und vom Auditor des Zertifizierungsdienstleisters Handlungsempfehlungen gegeben, wie diese geschlossen werden können.

Wird auch diese Phase erfolgreich gestaltet, sieht das Konzept die Zertifikatsverleihung mit einer Impuls-Veranstaltung beim Küchenspezialisten vor. „Das unterstützen wir vom BMK mit einer speziellen Pressemitteilung für die lokalen Medien“, erläutert BMK-Präsident Hagelmann den ganzzeitlichen Ansatz des Dachverbands.

Da das Thema Kundenservice sowie die After-Sales-Betreuung bei 1-2-3 Küchen ohnehin einen hohen Stellenwert besitzen und auch die interne Kommunikation gepflegt wird, konnte der Auditor hinter vielen der genannten Punkte einen Haken machen. Auch ohne Nachbesserungen. Die sind aber immer möglich. Ebenso die Möglichkeit von Zwischenprüfungen. Für den Potsdamer Küchenspezialisten bedeutete dies für den aktuellen Prüfprozess: „Anstandslos bestanden“. Die nächsten drei Jahre kann

das Unternehmen nun das ServiceCert-Siegel des BMK einsetzen. Und natürlich aktiv leben. Das Angebot der BMK-Pressemitteilung wird Heiko Rinkes ebenfalls gern nutzen: „Unsere Kunden müssen schließlich erfahren, was alles hinter dem Siegel steckt.“

Umsatz und Zahl der Standorte

Die zu erwartenden Kosten für den gesamten Zertifizierungsprozess inklusive eines fortlaufenden Monitorings, zum dem auch Online-Kundenbefragungen gehören, orientieren sich am Jahresumsatz und an der Anzahl der zu prüfenden Standorte des Fachhandelsunternehmens. Laut BMK beträgt die Gebühr für die Laufzeit von drei Jahren zwischen 1000 und 3200 Euro. In Einzelfällen – zum Beispiel bei größeren Fachhändlern mit mehr als drei Standorten – kann die Zertifizierungsgebühr bis zu 5700 Euro betragen.

In die Branche hineinragen

Für die Verantwortlichen des BMK geht es jetzt darum, die neue Möglichkeit einer Zertifizierung für den Küchenfachhandel in den Unternehmen der Mitgliedsverbände bekannt zu machen. Und natürlich die Vorteile und Chancen zu verdeutlichen, die ein solcher Prozess mit abschließender Zertifizierung mit sich bringen kann. Das Fazit von Heiko Rinkes ist jedenfalls eindeutig. „Für uns ist der externe Blick von außen und die Zertifizierung sinnvoll. In der Zukunft werden wir mit unseren Bestandskunden sicher noch mehr machen. Auch das ist ein Ergebnis der Zertifizierung. Damit der Kunde mein Kunde bleibt, auch wenn er gerade erst eine Küche gekauft hat.“

Dirk Biermann

Küchen zum Wohlfühlen:
Vier Filialen betreibt
1-2-3 Küchen im
Großraum Potsdam,
dieses Studio ist
an der Stern-
straße im
Stadtteil
Drewitz.

