



Joachim Scheel,
Geschäftsführer der
Scheel Haustechnik
GmbH aus Itzehoe.

Si INTERVIEW | Teil 1 von 2: Dem HomeServe-Netzwerk angeschlossen

» ICH WOLLTE, DASS ES WEITERGEHT «

Das Unternehmen HomeServe ist seit gut zwei Jahren auch in Deutschland aktiv. Seine Zielsetzung: SHK-Handwerksbetrieben helfen, steigenden Anforderungen gerecht zu werden, indem man sie in den Gruppenverbund integriert. Auch Joachim Scheel, Geschäftsführer der Scheel Haustechnik GmbH, hat von diesem Angebot gebraucht gemacht und seinen Betrieb an HomeServe verkauft. Diesen Schritt bereut er nicht – im Gegenteil. Die *Si* sprach mit Joachim Scheel über die Möglichkeiten und Vorteile der neuen Gruppendynamik.

Si: Herr Scheel, vor gut einem halben Jahr haben Sie Ihren Betrieb an HomeServe verkauft. Was hat Sie zu diesem Schritt bewogen?

Joachim Scheel: Genau, seit dem 1. Mai 2023 bin ich offiziell angestellter Geschäftsführer von Scheel Haustechnik. Dem voraus ging ein relativ langer Prozess, mit dem ich schon vor über zwei Jahren angefangen hatte. Ich hatte das Glück, mit einem sehr guten Berater zusammenarbeiten zu können, der auch das erste Unternehmen hier in Deutschland an HomeServe verkauft hatte. Als ich mich damals mit ihm unterhalten habe, habe ich ihm geschildert, dass mir für meine Firma ein Nachfolger fehlt. Meine beiden Kinder gehen beruflich in eine andere Richtung. Mir war also klar, dass ich mich hier dringend um eine Lösung kümmern musste, denn ich wollte definitiv verhindern, dass die Firma im schlimmsten Fall irgendwann nicht mehr existiert.

Gleichzeitig habe ich auch beobachten können, wie wir einfach keine neuen Fachkräfte mehr bekommen haben. Denn wenn ich heute ein junger Geselle bin, dann gehe ich natürlich lieber zu einem zukunftssträftig aufgestellten Unternehmen statt zum alten Scheel, bei dem ich nicht mal weiß, ob es den in fünf Jahren noch gibt, um es mal ganz flapsig zu formulieren. Ich wusste also, dass es gewisse Dinge gibt, die ich ändern musste, und ich wusste, dass dafür auch die nötigen finanziellen Mittel vorhanden sein mussten. Deswegen habe

ich mir ein Unternehmen gesucht, das zum einen diese finanziellen Möglichkeiten hat und zum anderen nicht so wie ich nur im 12-Monats-Rhythmus denkt. Denn wir Handwerker sind nunmal generell eher nicht die Leute, die einen Millionenkredit aufnehmen. Wir arbeiten lieber schuldenfrei.

Si: Der Wunsch war also, einen sicheren Nachfolger für den Betrieb zu finden?

Scheel: Ja, ich wollte, dass es weitergeht und dass der Name Scheel bestehen bleibt. Deshalb habe ich auch meinen Mitarbeitern gesagt: Ich mache hier so lange in der Position weiter, bis wir jemanden gefunden haben, der diese Aufgaben übernehmen kann.

» Wenn man nur von außen auf meine Firma schaut, würde man den Verkauf gar nicht bemerken. «

Denn ich arbeite mit genau der gleichen Kraft und Motivation wie vorher weiter, beziehungsweise sogar mit einer größeren Motivation. Denn jetzt habe ich ganz andere Möglichkeiten, perspektivisch zu denken. Es geht schließlich nicht mehr nur um mich und meinen Betrieb, sondern auch um die Gruppe



Das Team von Scheel Haustechnik kann dank der HomeServe-Rückendeckung unbesorgt in die Zukunft blicken. Insgesamt hat der Betrieb 35 Mitarbeitende.



Das Scheel-Haustechnik-Gebäude in Itzehoe im Südwesten Schleswig-Holsteins.

als Ganzes. Da gibt es Standards, die man erfüllen möchte. Ganz nach dem Motto: Die anderen können das schon, also müssen wir das auch. Mit Unterstützung von HomeServe haben wir so zum Beispiel innerhalb kürzester Zeit den mobilen Monteur eingeführt.

Si: Vor einem halben Jahr waren Sie der fünfte Betrieb, der hier in Deutschland in den Gruppenverbund kam. Wie sieht das mittlerweile aus?

Scheel: Mittlerweile sind wir bei neun Betrieben. Ich habe meinen Chef mal gefragt: Wann hören wir auf? Und er meinte nur: In dem Moment, in dem es keine guten Firmen mehr zu kaufen gibt, dann hören wir auf. Ich werde immer wieder von Leuten angesprochen, die auch Teil dieser Gruppe werden möchten. Auf diese Weise findet man viele Menschen, die einem sehr ähnlich sind. Das merkt man auch bei unseren Geschäftsführertreffen. Natürlich hat jeder seinen eigenen Lebensweg. Aber alle sind mit viel Elan bei der Sache und haben das gleiche Ziel: Wir waren schon sehr gut, aber wir wollen alle die Besten werden. Und wir wollen diesen Verband nach vorne bringen. Das ist genau, was ich mir gewünscht habe. Ich wollte nicht mehr alleine sein, und das bin ich nicht mehr.

Si: Das klingt sehr motivierend.

Scheel: Ja, auf alle Fälle. Wenn du etwas Großes machen möchtest, brauchst du einfach Rückendeckung, auch in finanzieller Hinsicht. Und das funktioniert mit HomeServe. Natürlich ist das kein reiner Samariterverein, auch da müssen irgendwann Ergebnisse kommen. Aber dabei ist völlig klar, dass es am Anfang einer Investition bedarf, um gewisse Defizite auszugleichen und zu beheben. Dass man z. B. mit genügend Monteuren ausgestattet ist, dass die Fahrzeuge neu sind, dass das Lager organisiert ist usw. Wenn das stimmt, kannst du eigentlich nur noch Geld verdienen. Das Ziel ist ganz klar, das SHK-Handwerk mit neuen Ansätzen, digitalen Tools und operativer Kompetenz in die Zukunft zu führen.

Si: Wie genau läuft die Entscheidungsfindung in der Gruppe ab?

Scheel: Es gibt bei uns regelmäßige Geschäftsführertreffen. Dabei findet ein reger Wissensaustausch statt und es wird

geschaut, wer in welchem Bereich die meisten Erfahrungen und das meiste Wissen hat, dass er mit der Gruppe teilen kann. So finden sich ganz automatisch die richtigen Leute zusammen, die sich dann miteinander austauschen können. Wenn ich also ein bestimmtes Problem habe, gibt es mit Sicherheit jemand anderen, der dieses Problem schon gelöst hat und mir helfen kann. Da dieser Verbund aber noch relativ jung und nach wie vor am Wachsen ist, gibt es auch noch keine allzu starren Raster, die eher behindern würden, als dass sie helfen. Wenn einer von uns also etwas Neues umsetzen möchte, wird in der Gruppe abgestimmt, wer diese Sache auch brauchen kann. Ein Beispiel wäre, dass ich der Meinung bin, wir sollten den kompletten Verkaufsprozess bei uns in der Firma digitalisieren. Ich habe da auch schon einen Anbieter gefunden, mit dem ich das gerne umsetzen würde. Also habe ich die anderen Betriebe gefragt, was sie davon halten, und von den damals noch sieben Firmen haben sechs gesagt: Nein, danke, das funktioniert für uns nicht, das bringt uns nichts. Mit diesem Feedback der anderen konnte ich mir anschließend überlegen, ob ich das Projekt trotzdem im kleinen Stil nur für mich umsetzen möchte oder ob ich es eben für den Moment zurückstelle. Bei dem gemeinsamen Austausch stellten wir fest, dass wir sehr viel Vertriebs-Know-how in der Gruppe haben, das wir nun für alle gewinnbringend zusammenlegen werden.

» Ein weiterer großer Vorteil des Agierens in einer Gruppe ist auch, dass man einen ganz anderen Stellenwert bei den Herstellern hat. «

Es gibt Hersteller, deren Außendienstmitarbeiter habe ich seit Ewigkeiten nicht gesehen, obwohl es da bei den abgenommenen Produkten durchaus um große Summen geht. Durch den Gruppenverbund ist die Wahrnehmung der Hersteller jetzt eine ganz andere, auch wenn es mal nur um geringere Beträge geht. Das wiederum motiviert einen natürlich, sich in die Gruppe einzubringen und sie zu stärken, weil es einem selbst von Nutzen ist.



Blick hinter die Kulissen: Im Keller seines Betriebs hat Joachim Scheel diverse Vorführanlagen installiert.



Joachim Scheel (Mitte) mit Prokurist Sönke Ruß und seiner Frau Britta Scheel.

Si: Viele Geschäftsinhaber haben bei dem Begriff „Betriebsübernahme“ die Sorge, die eigene Persönlichkeit zu verlieren. Wie reagieren Sie darauf?

Scheel: Das ist eine Angst, die ich jedem Unternehmer nur zu gerne nehmen würde. Wir sind alle unsere eigenen Unternehmen geblieben. Wir sind nicht gleichgeschaltet, wir sehen nicht alle gleich aus. So holen wir die Leute auch nach wie vor regional ab.

» Kunden wollen ein vertrautes Gesicht zu ihrem Betrieb haben, die wollen mit jemandem reden, der den gleichen Dialekt spricht wie sie. «

Von der Außenwahrnehmung her hat sich für unsere Kunden nichts geändert. Ich kann also nur jeden interessierten Betriebsinhaber motivieren, zumindest mal bei uns anzufragen und zu schauen, ob der Eintritt in die Gruppe nicht doch was für einen wäre. Denn je mehr wir sind, desto stärker bin auch ich vor Ort.

Si: Welchen Unternehmen könnten Sie ganz konkret empfehlen, über so einen Schritt nachzudenken? Gibt es z. B. gewisse Grundlagen, die schon vorhanden sein müssen?

Scheel: Dadurch, dass die Übernahme auch für HomeServe rentabel sein muss, muss das Unternehmen eine gewisse Größe haben. Für kleinere Unternehmen könnte aber auch die Möglichkeit interessant sein, bei einem größeren Betrieb in der Nähe anzudocken. Das Kerngeschäfts sollte natürlich im SHK-Handwerk liegen, mit einem primären Endkundenfokus.

Si: Haben Sie noch weitere Tipps, die Sie anderen Unternehmern mit auf den Weg geben würden, die über den Verkauf ihrer Firma nachdenken?

Scheel: Das ist definitiv eine Entscheidung, die nicht nur eine Menge Kraft, sondern auch Geld und Ressourcen kostet.

Man sollte also auf jeden Fall einen kompetenten Berater an seiner Seite haben, der Prozesse dieser Art kennt und einem zum Beispiel erklären kann, was ein potenzieller Käufer überhaupt von einem wissen möchte.

Da mein Berater, wie eingangs erwähnt, HomeServe als Unternehmen bereits kannte, lief das Ganze für uns damals ziemlich reibungslos ab, worüber ich ungemein froh bin. Wir waren ja die ‚Nummer fünf‘ im Verbund, und es ist ganz klar, dass der Anfang sich immer ein bisschen holprig gestaltet. Was also beim ersten Betrieb noch nicht ganz rund lief, lief bei uns schon glatter. Und was bei uns noch nicht reibungslos funktioniert hat, hat dafür dann für die ‚Nummer neun‘ schon funktioniert.

Man wächst einfach zusammen. Auch das HomeServe-Team, das wir in Frankfurt haben, wächst mit uns. Die haben zwar viel Erfahrung, sind aber schließlich auch noch nicht so lange mit dabei. Das war mir auch klar, als ich mich für diesen Schritt entschieden habe, denn ich will ja etwas bewegen und mitgestalten. Diese Arbeit kostet zwar Zeit, aber ich sehe diese Zeit als sehr gut investiert an.

Ich musste dabei auch das Konzerndenken lernen: Wie gestalte ich Prozesse so, dass sie für alle funktionieren? Wo muss ich gegebenenfalls Rücksprache halten? Früher konnte und musste ich schließlich so gut wie alle Entscheidungen alleine treffen. Und jetzt gibt es eben noch ein paar Leute mehr, die auch mitreden möchten. Denn eines ist völlig klar: Wir sind allesamt hoch motiviert. Ich habe wirklich noch nie so viele nette Leute kennengelernt, die einem alle helfen wollen. Das war und ist wirklich eine einmalige Erfahrung. Ich kann also mit Fug und Recht behaupten, dass ich noch nie so viel gelernt habe wie im letzten halben Jahr.

Si: Herr Scheel, vielen Dank für diesen aufschlussreichen Austausch.

In der nächsten Ausgabe der Si werden wir an dieses Thema anschließen und auch mit Herrn Thomas Rebel, Geschäftsführer von HomeServe in Deutschland, ein Interview führen. ■

GANZ NAHDRAIN 2024

150 JAHRE GEBERIT – TESTEN, INFORMIEREN UND FEIERN

Noch vor der ersten Branchenmesse des Jahres können SHK-Profis im Rahmen der neuen NahDran Tour ab kommenden Januar bis März die Neuheiten der Sanitärtechnik und Badausstattung erleben und Verarbeitungstechniken selbst ausprobieren. Ein Highlight im kommenden Jahr: Anlässlich der Unternehmensgründung vor 150 Jahren lädt Sanitärhersteller Geberit die Branche dazu ein, das runde Jubiläum gemeinsam zu feiern.

Die NahDran Tour von Geberit wird an rund 100 Standorten Halt machen und ermöglicht so, interessierten Fachkunden einen Veranstaltungsort in ihrer Nähe, also ohne weiten Anfahrtsweg, zu besuchen. Bei NahDran werden Lösungen präsentiert, die den Arbeitsalltag von Fachleuten erleichtern und ihre Kunden begeistern sollen. Und das Publikum soll Perspektiven auf die Zukunft der Sanitärtechnik und Badausstattung des Herstellers erhalten. Teilnehmende können sich mit aktuellem Wissen für ihre Planungspraxis versorgen und spannende Innovationen kennenlernen.

Produkte selbst testen – Lösungen finden

Die Fachbesucher haben die Möglichkeit, in der Ausstellung der NahDran-Events die Produkte an den Werkbänken

eigenhändig zu testen und sich von den Lösungen zu überzeugen. Im Fokus der Veranstaltungen soll die Verbindung von innovativer Technik und funktionalem Design stehen.

Ein Highlight ist das neue Dusch-WC Geberit AquaClean Alba. Dieses will Design und Funktion zu einem attraktiven Preis bieten und durch überragende Spülleistung und Montagevorteilen überzeugen. Darüber hinaus wird Geberit für das Versorgungssystem FlowFit neue Lösungen für Übergänge auf Fremdsysteme vorstellen – sowie mit Mapress Therm eine wirtschaftliche Lösung für Heizung und Kühlung. Besucherinnen und Besucher können außerdem darauf gespannt sein, zu erfahren, wie sich mit Silent-Pro SuperTUBE dank innovativer Abwasserhydraulik Fallleitungen einfacher planen und umsetzen lassen. Im Bereich Badeinrichtung präsentiert der Hersteller unter dem Namen „Mix & Match“ eine erweiterte Auswahl bei der einfachen Kombination von Badserien – neben vielen weiteren Neuheiten.

Das zusätzlich buchbare Kompetenzforum an ausgewählten Orten wird über aktuelle Themen rund um die Trinkwasserhygiene, Abwasserhydraulik, Brand- und Schallschutz sowie das Baurecht informieren. Mit kompakten Fach

vorträgen will das Kompetenzforum Besucherinnen und Besuchern einen Informationsvorsprung mit praxisbezogenen Lösungen bieten:

– Trinkwasserhygiene: Einfluss der Temperatur auf das Legionellenwachstum und gezielter Wasserwechsel zur Sicherstellung des bestimmungsgemäßen Betriebs.

– Abwasserhydraulik: Neue Lösung zur Vereinfachung der Abwasserinstallation übertrifft die aktuell gültigen Normanforderungen.

– Baurecht: Mit Dr. Rainer Koch und Kollegen, Rechtsanwälte für Bau- und Architektenrecht. Rechtliche Risiken für alle Baubeteiligten bei Trinkwasserhygiene, Abwasserhydraulik, Brand- und Schallschutz minimieren.

Austausch unter Experten

Der Austausch unter Experten ist ein zusätzlicher wichtiger Aspekt der NahDran Tour. Darüber hinaus werden die bundesweiten Veranstaltungen natürlich auch einen passenden Rahmen für fundierte Gespräche mit Branchenkolleginnen und -kollegen bieten. Die Veranstaltung fungiert als Plattform, um sich in lockerer Feierabend-Atmosphäre über aktuelle Projekte auszutauschen und über das, was die Branche bewegt. Neben Neuigkeiten und fundierten Informationen ist selbstverständlich auch für gute Verpflegung gesorgt.

Jetzt anmelden

Anmeldung für die jeweiligen Vor-Ort-Termine der NahDran Tour 2024 ist ab sofort möglich unter dem Link www.geberit.de/nahdran. Zusätzlich veranstaltet Geberit im Januar 2024 die digitalen Previews, bei denen sich Interessierte früh im Jahr über die Neuheiten kompakt im Online-Stream informieren können. Die Teilnahme erfolgt unter www.geberit.de/preview. www.geberit.de



Anlässlich der Unternehmensgründung vor 150 Jahren lädt Geberit die Branche dazu ein, auf der kommenden NahDran Tour gemeinsam zu feiern, Neuheiten auszutesten und sich selbst von den Lösungen zu überzeugen.