



Väterliches Geschäft konsequent weiterentwickelt

Sandra Welsch-Fischer über die Führung ihres Familienunternehmens

Seit dem Jahr 2000 ist Sandra Welsch-Fischer Teil der Geschäftsführung des Familienunternehmens Manfred Welsch, das ihr Vater aufgebaut hat. Nur vier Jahre später übernahm sie das gesamte operative Geschäft. Als Chefin legt sie großen Wert auf das familiäre Klima im Betrieb, schließlich sollen ihre Mitarbeiter jeden Tag ebenso gerne zur Arbeit kommen wie sie selbst.

Das Stockacher Familienunternehmen Manfred Welsch hat sich als zuverlässiger Energie-Dienstleister in der Region etabliert. Das stärkt einerseits das Stammgeschäft mit Mitteldestillaten. Andererseits ist auch in Baden-Württemberg ein Wandel hin zu einer vielfältigeren Energielandschaft zu beobachten: Viele Unternehmen, so auch die Manfred Welsch GmbH, haben zusätzliche Geschäftsbereiche in ihr Portfolio aufgenommen.

Neben dem klassischen Handel mit Heizöl- und Diesel wurden das Schmierstoff- und Pelletgeschäft systematisch ausgebaut sowie die Bereiche Erdgas, Strom oder Industriegase hinzugenommen. Darüber hinaus hat sich die Firma seit mehr als 25 Jahren als Meisterbetrieb in Sachen Heizungs-

bauhandwerk und seit 20 Jahren im Tankschutz bewährt. Auch die vom Fahrzeugbauer Lindner & Fischer autorisierte Tkw-Werkstatt mit Instandsetzergenehmigung, der Wartungsdienst für Tankanlagen und die eigenen Kartentankstellen runden das Profil ab. „Energie aus einer Hand“ – so lautet das Motto des Familienbetriebes.

Rundum-Paket im Energiehandel

Der ehemalige Esso-Partner, der seit 2012 Avia-Gesellschafter ist, bietet dabei ein breites Leistungsspektrum – einerseits aus Dienstleistungen rund um Tankwagen, Heizungsbau und Tankschutz, andererseits Produkte und Services rund um die Energieversorgung. Das hat durchaus viele Vorteile, bei-

spielsweise wenn das Absatzgeschäft in einem der Bereiche einbricht. Der milde Winter im vergangenen Jahr sorgte in der gesamten Branche für eine flauere Heizölnachfrage. Doch Sandra Welsch-Fischer verweist auf eine stabile Entwicklung: „Für uns hat sich wieder einmal gezeigt, wie wichtig es ist, auf mehreren Füßen zu stehen. So sieht der Geschäftsabschluss 2014 für uns trotzdem zufriedenstellend aus.“

Mit dem größeren Angebot werden außerdem unterschiedliche Abnehmer angesprochen: „Wir akquirieren natürlich unsere Stammkunden“, sagt die Firmen-Chefin. „Aber es kommen auch neue Geschäftspartner auf uns zu.“ Damit bietet ein breit aufgestellter Energiehandel viele Cross-Selling-Potentiale. So ist es möglich, die Kunden im ländlichen Raum mit einer großen



Auf ein gutes Team ist immer Verlass: Sandra Welsch-Fischer (ganz rechts) mit ihren Mitarbeitern Michaela Sigg, Kurt Fichthaler, Dietmar Zimmermann, Thomas Wünsche, Patryk Toth, Horst Kiefer, Sebastian Wahl und Sylvia Bottlang (v.l.). Fotos: Welsch

Bandbreite zu erreichen und ihren jeweils individuellen Bedarf zu decken: Der Heizungsbau übernimmt die Energie- und Modernisierungsberatung, der Tankschutz bindet die Ölkunden und merkt oft als erster, wer als künftiger Gas- oder Strombezieher infrage kommt.

Die Gewerbekunden erhalten ein Rundum-Paket – von der Energie über Kraftstoff und Technik bis zur Schmierstoff-Ver- und Entsorgung. „Unsere Stärke ist es, in der Region als zuverlässiger Anbieter rund um das Thema Wärme und Mobilität aufzutreten“, sagt Sandra Welsch-Fischer.

Die Energielandschaft wird zunehmend bunter und vielfältiger werden, ist sich die junge Unternehmerin sicher. Gerade deshalb ist Nachhaltigkeit sehr wichtig. So sollen Kunden sich bei einem Unternehmen langfristig gut aufgehoben fühlen. „An kurzfristigen Erfolgen bin ich

nicht interessiert“, sagt Sandra Welsch-Fischer. Sie versucht gerade im wechselhaften Strom- oder Gasgeschäft Menschen zu werben, die in erster Linie an einem zuverlässigen Anbieter interessiert sind. Der Erfolg soll schließlich nicht auf Kosten der Kundenzufriedenheit kommen. Im Gegenteil: Besonders in ländlichen Regionen, in denen Menschen unmittelbar miteinander umgehen und nicht anonym sind, ist ein gutes Image sehr wichtig. Diese Langfristigkeit erreicht die Firma beispielsweise durch eine gute Beratung, Service- und Produktqualität.

Mitarbeiter wichtigstes Kapital

Das Wichtigste sind für Sandra Welsch-Fischer jedoch kompetente und motivierte Mitarbeiter, die das „Gesicht“ der Firma nach außen sind. „Ich denke, heute schöpft man sehr viel Potential

aus dem ‚Kapital Mitarbeiter‘. Wenn das Team, die Kommunikation, der gegenseitige Respekt und die Motivation stimmen“, sagt sie, „dann ist das heute einer der wichtigsten Faktoren für Erfolg. Für dieses Ziel bin ich bereit – noch mehr als vielleicht mein Vater – Zeit und Geld zu investieren.“

Ihr Vater habe gerne mit Menschen zu tun gehabt und alle Mitarbeiter respektvoll behandelt, erinnert sich Sandra Welsch-Fischer. Während einer längeren Bauphase im Betrieb sei er dazu übergegangen, mehr Verantwortung zu delegieren und sich zunehmend auf seine Mitarbeiter zu verlassen. „Das nehme ich mir heute als Vorbild“, erzählt Sandra Welsch-Fischer. „Natürlich bedarf es dazu der richtigen Mitarbeiter und einer guten Menschenkenntnis. Das Arbeitsklima muss einfach stimmen, darauf lege ich schon bei der Einstellung großen Wert.“ Bei entscheidenden Auswahlgesprächen wird der Abteilungs- oder Teamleiter mit eingebunden. „Schließlich macht man nur das gut, was man gerne tut, vor allem auf lange Zeit“, weiß die gelernte Betriebswirtin aus eigener Erfahrung.

Auch das familiäre Klima ist ihr wichtig, schließlich soll die Firma als ein Familienunternehmen wahrgenommen werden. Soll das authentisch rüberkommen, muss es tatsächlich gelebt werden.

In gut platzierten und personalisierten Anzeigen in den regionalen Anzeigenblättern erscheint jeden Monat ein anderer Kollege in der Anzeigenkampagne – darüber sprechen die Leute in den umliegenden Ortschaften, da sie die Mitarbeiter meistens persönlich aus ihrem Umfeld kennen. Die Werbung hat



Ihre praktischen Erfahrungen und Kenntnisse hat Sandra Welsch-Fischer schon frühzeitig im väterlichen Betrieb gesammelt.

Nach ihrer dualen Ausbildung – dem Betriebswirtschaftsstudium an der Wirtschaftsakademie in Hamburg und praktisch bei der Esso – sowie anschließenden weiteren fünf Jahren bei der Esso, u.a. im Schmierstoffgeschäft, hat sie unterschiedliche Bereiche des Unternehmens kennen gelernt, z.B. den Heizungsbau.

Im Jahr 2000 trat die Betriebswirtin schließlich als Geschäftsführerin in das Unternehmen ein. Sie steht als Frau ihren „Mann“ und hat nie das Gefühl gehabt, sich stärker durchsetzen zu müssen als ihr Vater oder ihre männlichen Kollegen.

damit ihr Ziel erreicht. Auch der Nachwuchs in der Firma wird häufig über persönliche Kontakte akquiriert.

Wenn Sandra Welsch-Fischer Flexibilität von ihren Mitarbeitern fordert, können ihre Mitarbeiter das auch von ihr erwarten: Teilzeit, reduzierte Arbeitszeit oder Privates berücksichtigt ist durchaus möglich.

„Ich denke, für die Zukunft ist es für kleine und mittelständische Betriebe sicher ein Vorteil bei der Mitarbeiterbindung oder -gewinnung, wenn sie flexiblere Lösungen möglich machen“, so die Chefin.

Digital in die Zukunft

Selbstverständlich wurden auch bei der Manfred Welsch GmbH viele unterschiedliche Konzepte in den vergangenen 15 Jahren umgesetzt. Einiges davon war der neuen Technik und ihren Anforderungen geschuldet.

Bestellvorgänge werden heute mit moderner Software abgewickelt und die Vertriebswege mittels Internet erweitert. Trotz Digitalisierung des (Arbeits-)Alltags finden viele Kunden nach wie vor bei der Heizölbestellung den Weg übers Telefon. „Das Internet ist im Kommen und wird die nächsten Jahre bestimmt stärkeren Einfluss auf die Branche ausüben“, ist sich Sandra Welsch-Fischer dennoch sicher. Die neuen Internet-Vertriebswege machen die Preissensibilität der Kunden deutlich, doch böten sie leider keine transparente und verlässliche Beratung über die Produkte und Serviceleistungen.

Den größten Vorteil in den Internet-Plattformen sieht sie darin, dass die Kunden sich zu jeder Tages- und Nachtzeit informieren oder auch bestellen können. Social Media-Kanäle wie das Facebook-Profil der Firma helfen ebenfalls, das Unternehmen auch außerhalb der Region zu vernetzen. Die Aktion „Stockacher Weihnachtsenten für ein Lächeln“ findet ebenso ihren Platz wie aktuelle Aktionen des Unternehmens. „Grundsätzlich sind wir immer offen für Innovationen und ich möchte in der Zukunft mit gezielt durchgeführten Workshops im Betrieb zu weiteren neuen Ideen kommen“, sagt die sympathische Chefin abschließend. ◀



Eine starke Truppe: Die Chefin (vorne, 4.v.l.) im Kreise ihrer Mitarbeiter.

Das Familienunternehmen Manfred Welsch mit Stammsitz in Stockach und der Niederlassung in Friedrichshafen beschäftigt 45 Mitarbeiter und erwirtschaftet einen Jahresumsatz von etwa 35 Millionen Euro. Insgesamt 11 Tank-Lkw und 17 Servicefahrzeuge bedienen die Kunden. Als Puffer für die Versorgung der Region mit Mitteldestillaten verfügt Welsch über insgesamt 565 Kubikmeter Lagervolumen, davon sind 15 Kubikmeter für Bio-Heizöl reserviert. Das Schmierstofflager in Stockach umfasst 100 Tonnen lose, 100 Tonnen gepackte Ware sowie 100 Tonnen für Altöl und Emulsion. In der Niederlassung können 50 Tonnen gepackte Ware bevorratet werden.

Anzeige

Unsere Marke

oilfino
finest oil

www.oilfino.com

Zeit für den Wechsel
oilfino Motorenöle

www.oilfino.com