

Das richtige Gefühl gehabt

Ohne Businessplan zum Erfolg

GHK DOMO zählt seit vielen Jahren zu den großen Lieferanten für die Ausstattung von Sanitärhäusern auf Campingplätzen. Das war nicht immer so. Ursprünglich lag die Kernkompetenz der Firma seit 1985 in der Verarbeitung von HPL-Vollkernplatten und war im milliarden-schweren Gesundheitssektor unterwegs. „Dass die Campingbranche heute eine derart große Rolle für uns spielt, hatte ich mir damals, als alles begann, nicht vorstellen können“, erzählt uns Jens Hoppmann, geschäftsführender Gesellschafter des Unternehmens.

Schaut man sich die Website von GHK DOMO an, stellt man fest, dass hier die verschiedensten Bereiche bedient werden. „Bei Betrachtung unseres breit gefächerten Kundenstammes fragt man sich schon, wie das alles zusammenpasst“, erklärt Jens Hoppmann. „Unsere Kernkompetenz liegt in der Verarbeitung von HPL-Vollkernplatten. Diese Platten sind wahnsinnig hart und schwer. Sie müssen in ihren Anwendungen eine Menge aushalten. Es gibt in Deutschland nicht allzu viele Unternehmen,



Zaubern Sie verträumte Landschaften in Ihr Sanitärgebäude mit Trennwandsystemen von GHK-DOMO.

Fotos dieser Doppelseite: GHK DOMO

die das können. Deswegen ist unsere Zielgruppe, die die Eigenschaften dieser Platten benötigt, so breit gefächert.“ Auf unsere Frage, wie das Unternehmen aufs Campen kam, ist die Antwort spannend und sehr sympathisch.

„Unsere Systeme benötigt man auch für Dusch- und Sanitärkabinen, Waschtische, Schränke und so weiter. Für solche Bauten bedarf es industrielle Prozesse und Maschinen. Natürlich kann man diese Konstruktionen auch in einem Tischlerhandwerk produzieren lassen. Das wäre aber wohl kaum finanzierbar.“ Bis 2004 vornehmlich im Gesundheitssektor tätig, hat das Unternehmen in dieser Zeit auch regelmäßig der Firma DOMO in Kassel zugearbeitet. Diese war damals Marktführer im Bereich von Sanitärkabinen und Garderobenschränken und geriet dennoch unglücklicherweise in Schwierigkeiten. „Da wir die Firma gut kannten und von den Produkten absolut überzeugt waren, haben wir die Systeme und die Marke übernommen, ganz ohne großen Businessplan oder detaillierte

Vorstellungen zu haben. Wir hatten einfach nur ein gutes Gefühl dabei. Aus heutiger Sicht vielleicht etwas blauäugig, waren wir damals auf keine Bank angewiesen und haben es einfach gemacht. Auch wenn die Firma DOMO damals bereits gut im Campingsegment vertreten war, hat es noch eine ganze Weile gedauert, bis wir dieses Geschäft umfänglich verstanden haben. Es war auch nicht unser erster Gedanke, dass die Campingbranche einmal eine so große Rolle für das Unternehmen spielen könnte. Heute wissen wir es besser, denn die Größe des Campingmarktes und die kontinuierlichen Wachstumsraten haben Überzeugungskraft.“ Das ist aber nicht der einzige Grund, warum er in seinem Unternehmen in diese Richtung drängt. „Vielleicht bin ich ja altmodisch“, sinniert Jens Hoppmann, „aber ich glaube fest daran, dass man dort erfolgreich ist, wo das Herz schlägt. Mir macht die Campingbranche einfach Spaß, auch einige unserer Mitarbeiter sind eingefleischte Campingfans. Das schärft natürlich auch unseren Blick auf die Bedürfnisse.“

In den letzten zehn Jahren ist das Unternehmen deutlich gewachsen und wird sich in diese Richtung weiter intensivieren. „Wir merken, dass nicht nur die Branche, sondern auch die Ansprüche wachsen. Sanitäreinrichtungen müssen heute nicht nur funktionell sein. Alles muss individuell anpassbar sein und auch die Optik spielt eine große Rolle. Mit unseren CNC-gesteuerten Maschinen können alle gewünschten Konturen und Maße exakt umgesetzt werden. Gerade für Kinderbäder auf Campingplätzen ist das ein echtes Highlight: Tiere, Bäume, Fahrzeuge etc. Oder lieber eine Sichtschutzwand mit Blumenkontur? Alles ist machbar. Neben dem Dekor werden auch Fotodrucktechniken immer mehr angefragt. Wir können ganze

Heidlandschaften auf unsere Trennwände drucken lassen.“

Warum ihm diese Branche besonders viel Spaß macht, ist schnell erklärt. Das Unternehmen ist viel im Ausschreibungsgeschäft tätig. Dort wird ein extrem strenger Fokus auf den Preis gelegt. Das treibt die betriebsinterne Effizienz natürlich stetig voran, jegliche Kreativität wird dabei aber oft im Keim erstickt. „Ein gutes, aber auch ein recht nüchternes Geschäftsmodell. Das ist in der Campingbranche anders, ich glaube, das liegt in erster Linie an dem Menschenschlag. Das klingt vielleicht etwas naiv, aber ich habe in der Gruppe der Campingplatzbetreiber einfach sehr viel spannende Menschen

kennengelernt. Hier werden sich noch Dinge in die Hand versprochen und man bekommt stetig Feedback, auf dessen Basis wir neue Produkte entwickeln können. Dass Campingplatzbetreiber die einfacheren Kunden sind, wäre zu leicht gesagt. Eines habe ich aber gelernt: Es braucht Jahre der Kontinuität, der Verlässlichkeit und der Qualität, um Vertrauen aufzubauen. Dann aber entstehen meist langfristige Partnerschaften und der Spaß kommt ganz von selbst dazu. Die meisten Campingplatzbetreiber lieben ihren Job, das erzeugt Leidenschaft und wird in den Ergebnissen der Zusammenarbeit sichtbar.“ •

Weitere Infos auf www.ghk-domo.de

Ein System - alle Vorteile



CompuCamp, das umfassende Programm für Touristen und Dauercamper.

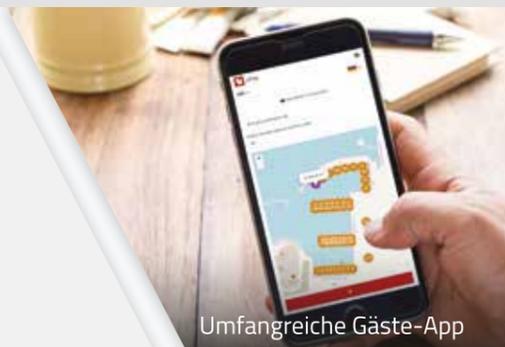
Dazu optionale Lösungen für Ihren gesamten Campingplatz:

Onlinebuchung, Gäste-App, SB-Terminals, Zutrittskontrolle, Echtzeit-Kartensystem, Schrankensteuerungen, KFZ-Erkennung, Kassensysteme und Fernablesung von Strom & Wasser.

Mehr als 600 erfolgreiche Campingplätze nutzen schon CompuCamp. Entdecken auch Sie neue Möglichkeiten im Buchungs- und Verwaltungssystem vom CompuSoft.



Rezeption, Verwaltung und dynamische Onlinebuchung



Umfangreiche Gäste-App



Zutrittskontrolle, Bargeldloses Echtzeit-Kartensystem & Schrankensteuerungen



SB-Terminal 24/7 Service



Fernablesung von Strom & Wasser