



CHANCEN GEMEINSAM ENTWICKELN

Es klingt ein wenig nach der amerikanischen „Tellerwäscher-geschichte“, dem Erfolg eines „selfmade man“, der mit wenig mehr als einer guten Nase und einer gehörigen Portion Selbstvertrauen loszog, um sein Glück zu machen. Josef Bullinger gründete vor 14 Jahren einen 2-Mann-Betrieb – heute ist daraus ein Unternehmen mit 28 Mitarbeitern geworden.

Die kleine Stadt Donauwörth, die „bayerisch-schwäbische Donauperle an der romantischen Straße“, etwa 45 Kilometer nördlich von Augsburg gelegen, wirbt vor allem mit ihrem Freizeitwert: Sie ist Ausgangspunkt für Ausflüge und Besichtigungstouren, etwa in den Naturpark Altmühltal oder in den nationalen Geopark Ries, mithin also eine beschauliche Gegend, die zu Familienferien, Angeln und Bootsfahrten lockt.

Donauwörth ist aber auch Wirtschaftsstandort – unter anderem für den Unternehmer Josef

Bullinger, der hier in den vergangenen 14 Jahren einen Garten- und Landschaftsbaubetrieb aufgebaut hat. Und weil er überzeugt davon ist, dass sich das, was er in Donauwörth geschaffen hat, auch andernorts sehen lassen kann, nutzte er die Wintertagung des Unternehmens Dataflor, die Anfang dieses Jahres in Karlsruhe stattfand dazu, sein Unternehmen den Kollegen vorzustellen. TASPO-GartenDesign wollte es genauer wissen und besuchte den rührigen Unternehmer in seiner Firma.

Begonnen hat alles ganz klein und so, wie viele andere Kollegen auch den Berufsstart wagten. Bullinger, der im elterlichen Betrieb eine Ausbildung zum Landwirt gemacht hatte, arbeitete anschließend elf Jahre in einem Straßenbauunternehmen. Arbeit gab es in dieser Zeit vor allem im Rahmen von Dorferneuerungsmaßnahmen und bei der Erschließung von Neubaugebieten. Doch mit der Anlage der Straßen war es nicht getan, auf den Grundstücken der Häuslebauer gab es eine ganz Reihe von Aufgaben, angefangen von Erdbewegungen, über die Anlage von Terrassen oder das Pflastern von Garagenauffahrten. Bullinger sah diesen Bedarf und startete 1996 gemeinsam mit einem Kollegen, der als gelernter Forstwirt ebenfalls Quereinsteiger war, das Unternehmen „Bullinger und Burgkart GbR“.

Teilansicht des Betriebsgeländes – rechts das Verwaltungsgebäude, links schließt sich die Maschinenhalle an.



Anfangs skizzierte Bullinger seine Ideen noch selbst – inzwischen gibt es auch für diese Aufgaben einen Experten im Betrieb.



Stolz auf sein Team – und auch auf sich selbst: Josef Bullinger gründete 1996 gemeinsam mit einem Kollegen als Quereinsteiger einen GaLaBau-Betrieb. Fotos (3): Matthias Hinkelammert

3000 MARK HATTE BULLINGER bei der Firmen-gründung in der Tasche, auch damals war das kein nennenswertes Eigenkapital. Wichtiger waren da schon die Kontakte zu den möglichen Auftraggebern, so dass relativ schnell und kontinuierlich zunächst kleinere Aufträge an die Unternehmensgründer vergeben wurden. 22 Kunden vertrauten der jungen Firma im ersten Jahr, rund 90.000 DM betrug das Arbeitsergebnis. Langsam kamen dann auch größere Anfragen, bei denen nicht mehr nur die Teilleistung, sondern die Gesamtgestaltung von Privatgärten gefragt war. Bullinger versuchte es, skizzierte seine Ideen und seine Planungen kamen an.

Der Erfolg gab den Unternehmern dann die Möglichkeit, gezielt weitere Mitarbeiter einzustellen, und damit auch für die fachliche Tiefe im Bereich der Gestaltung, Pflanzung und Pflege zu sorgen. Mittlerweile zählt das Unternehmen 28 Mitarbeiter, darunter ein Diplom-Ingenieur, ein Meister, Facharbeiter, Auszubildende und auch Praktikanten. 1.500 Adressen finden sich nun in der Kundenkartei, das Arbeitsergebnis gibt Bullinger mit 3,1 Millionen Euro für das vergangene Jahr an. Und immer noch liegt der Fokus des Unternehmens auf den Privatgärten, neben der Neuanlage gehört die Pflege und der Winterdienst mit zum Repertoire.

Ein Selbstläufer war die Betriebsgründung jedoch nicht – schlaflose Nächte gehörten in der Anfangszeit mit dazu. Ein entscheidendes Datum war schließlich im Jahr 2007, als sich die beiden Unternehmensgründer trennten und aus der Bullinger und Burgkart GbR die Bullinger GmbH & Co. KG wurde. Gemeinsam hatten die beiden Unternehmensgründer bis dahin schon Beachtliches geleistet: Aus dem Zweimann-Betrieb war eine florierende Firma geworden, in die auch erheblich investiert worden war. So etwa 2002 mit dem Bau eines neuen Verwaltungsgebäudes und einer Maschinenhalle oder dem Aufbau und der Erweiterung eines eigenen Mustergartens im Jahr 2006. Längst hatte sich das Unternehmen im

Raum einen guten Namen gemacht und sich sein Klientel entwickelt.

DOCH WIE SOLLTE ES NUN WEITERGEHEN? Sollte man die Ziele immer höher stecken, oder nicht vielmehr mit dem Erreichten zufrieden sein und dafür wieder mehr Zeit für anderes haben? Ließe sich dann das erreichte Niveau halten, oder würde der Betrieb über kurz oder lang in die Mittelmäßigkeit zurückfallen? Fragen, über die sich die Partner nicht einigen konnten und an deren Ende dann die Umfirmierung in die Bullinger GmbH & Co. KG stand. Heute sind diese kräftezehrenden Monate Geschichte, Bullingers ehemaliger Partner arbeitet inzwischen als Angestellter in dem Unternehmen weiter.

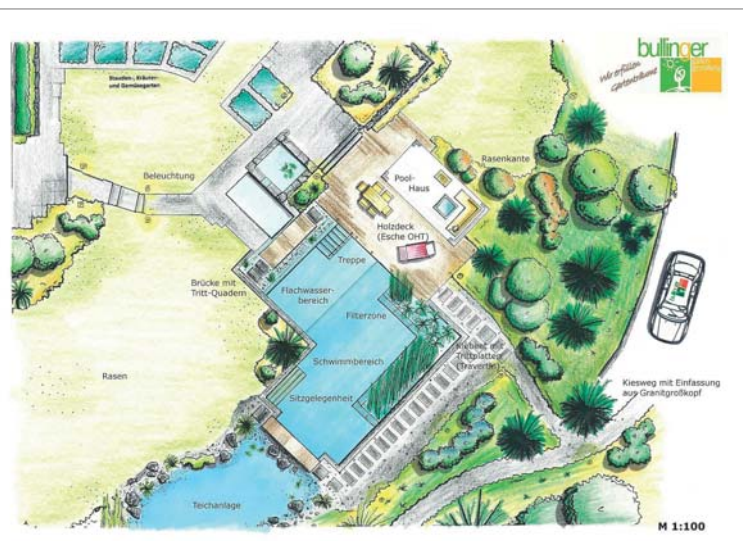
Allein, das räumt der Unternehmer ganz offen ein, hätte er in dieser schwierigen Zeit wohl kaum immer die richtigen Entscheidungen getroffen. Hilfreich waren – nicht nur in diesem Fall – Geschäftskontakte, die sich über frühere Aufträge ergeben hatten. So entstand im Laufe der Zeit ein Netzwerk an Beratern, die ihn etwa bei Verhandlungen mit den Banken unterstützten. Und darin liegt sicher ein Grund für den Erfolg des Unternehmens, abseits des „Tellerwäschermythos“: Seine Stärke ist es, ein Ziel konsequent zu entwickeln und zu verfolgen – und dabei innerhalb wie außerhalb der Firma auf die jeweiligen Experten zu setzen. Ein Prinzip, dem der Unternehmer auch in der Kundenberatung folgt. Natürlich will der Kunde in der Planungsphase und später auf der Baustelle den Chef sehen, aber genauso natürlich verweist Bullinger auf seine Spezialisten, wenn es ins Detail geht – etwa bei der Pflanzplanung. Und auch bei der Mitarbeiterentwicklung folgt der Chef der Idee, dass nicht jeder jedes Spezialgebiet abdecken muss, sondern sich hier je nach Neigung und Fähigkeiten der Mitarbeiter Spezialisierungen herausbilden können und so der Betrieb in seiner Gesamtheit eine breite Leistungsfähigkeit hat.

SCHON IN DER LEHRE ist es ihm wichtig, den Auszubildenden Ziele zu setzen und Möglichkeiten für ihre spätere Entwicklung aufzuzeigen. Wer etwa das Zeug zum Vorarbeiter hat, der kann sich schon in seiner Lehrzeit darin üben, bestimmte Führungsqualitäten zu entwickeln und für abgesteckte Bereiche Verantwortung zu übernehmen. Und auch beim Thema Weiterbildung fordert der Unternehmer seine Mitarbeiter dazu auf, über den Tag hinaus zu denken, zu entscheiden, welche Aufgaben sie in der Zukunft für das Unternehmen übernehmen wollen. So etwa in dem noch jungen Segment der automatischen Mähroboter, das Bullinger mit seinem Unternehmen neu anbieten will. Wer sich hier für die Schulung interessiert, der übernimmt später dann auch dieses Aufgabenfeld innerhalb des Unternehmens.

Bullinger legt in allen Bereichen großen Wert darauf, gemeinsam mit seinen Mitarbeitern



Den Fokus hat das Unternehmen auf dem Privatgarten – sowohl kleine als auch große Aufträge werden angenommen.



Entwicklungsziele zu formulieren, erwartet aber auch, dass jeder einzelne in seinem Aufgabengebiet dann die entsprechende Verantwortung übernimmt. Das fängt bei den Firmenwagen an, die alle mit einer Grundausstattung an Werkzeug ausgestattet sind und für deren Vollständigkeit die einzelnen Kolonnen auch geradestehen und reicht bei den Auszubildenden bis zur eigenständigen Anlage und Pflege von kleinen Musteranlagen, die auf dem Firmengelände entstehen. Immer geht es Bullinger darum, dass der einzelne Mitarbeiter eine Aufgabe eigenverantwortlich übernimmt und sich nicht hinter „Entscheidungsstrukturen“ versteckt.

Schon bei der Auswahl der Auszubildenden ist es dem Unternehmer deshalb wichtig, dass die Jugendlichen mehr als nur eine „ungefähre Ahnung“ von dem Berufsbild des Landschaftsgärtners haben. Teils melden sich die Interessierten selber bei dem Unternehmen, teils werden auch Anzeigen in der Tagespresse geschaltet. Dass die schulischen Leistungen dabei nicht immer die beste Werbung der Jugendlichen sind, das ist in Donauwörth nicht anders als anderswo. Umso wichtiger ist deshalb das „Azubischnuppern“, das im Unternehmen immer vor einer Lehre steht. Sowohl im Frühjahr, als auch im Sommer und im Herbst müssen die Bewerber mindestens eine Woche im Betrieb mitarbeiten – dann haben beide Seiten eine Vorstellung, ob der Beruf etwas für den Jugendlichen ist und ob die Chemie stimmt. Dass, wer gut in der Schnupperzeit mitarbeitet, dafür dann auch Geld bekommt, das ist für Bullinger selbstverständlich.

Innerhalb der Lehrzeit ergänzt ein wöchentlicher Lernabend das Arbeitsprogramm der Azubis. Vorbereitet werden diese etwa zweistündigen Lerneinheiten von den ausgebildeten Landschaftsgärtnern, die Themen ergeben sich aus der alltäglichen Arbeit. Zusatztermine werden eingerichtet, wenn besonderer Bedarf besteht – etwa im Bereich der Pflanzenkenntnisse. Und so wie bei den Lehrlingen gibt es auch für alle anderen Mitarbeiter jährliche Gespräche, in denen gemeinsam über die berufliche Zukunft

Chancen nutzen – im Gespräch bleiben: Etwa im Rahmen einer Neuheitenpräsentation eines Autohauses, bei dem Bullinger für den grünen Rahmen sorgte. Werkfotos

und Ziele für das Unternehmen gesprochen wird. Eine feste Einrichtung, deren Wert nach Bullinger gar nicht hoch genug eingeschätzt werden kann: „Es ist ein Wahnsinn, was das für den Betrieb gebracht hat“.

Vier Auszubildende zum Landschaftsgärtner beschäftigt das Unternehmen derzeit, dazu kommen zwei Praktikanten aus Weihenstephan, zwei Mitarbeiter durchlaufen gerade die Meisterschulung. Weiterbildungen für die Mitarbeiter gibt es beispielsweise in den Bereichen Pflasterlehrgänge, Dachbegrünung, Teichbau, CAD-Zeichnen oder Pflegearbeiten.

ALL DAS GIBT BULLINGER DIE NOTWENDIGE ZEIT, sich mit der Weiterentwicklung der Unternehmens, mit Fragen des Marketings und der Werbung zu beschäftigen. Und auch dort versucht er, über Netzwerke und projektbezogene Zusammenarbeit erfolgreich zu sein. So nutzte er beispielsweise jüngst die Präsentation eines Autohauses mit eher zahlungskräftigem Publikum dazu, auch sein Unternehmen bekannt zu machen. Der Aufwand war überschaubar, der Ausstellungsbereich wurde mit Formgehölzen, hohem Bambus und einigen hochwertigen Möblierungselementen ausgestattet. Der Nutzen für beide Unternehmen war deutlich – das Autohaus hatte für die Präsentation einen attraktiven grünen Rahmen, der GaLaBau-Betrieb konnte seinen Leistungen einer interessanten Klientel bekannt machen. Dass solche Auftritte nur dann funktionieren, wenn auch der Chef selbst als Ansprechpartner vor Ort ist, das liegt auf der Hand. Aber Wochenendarbeit, ein-



Ein einheitliches Erscheinungsbild, korrektes Auftreten – ein Baustein für die Entwicklung des Unternehmens.

schließlich der Beratung an Sams- und Sonntagen ist für Bullinger Alltag – denn dann haben seine Kunden eben Zeit, über Gärten nachzudenken.

„**IM GESPRÄCH BLEIBEN**“, dieses Ziel nimmt der Unternehmer auch auf einer anderen Ebene ganz wörtlich – aktuell startet in Zusammenarbeit mit einem lokalen Radiosender eine gemeinsame Gartensprechstunde, in der die Hörer zum Nachfragen eingeladen werden. Ob sich der Aufwand letztlich rechnet, ist derzeit noch offen, aber einen Versuch ist es Bullinger wert. Auch in der örtlichen Tageszeitung, versucht er, sein Unternehmen etwas anders als die Konkurrenz zu platzieren – dort findet sich





Kleinigkeiten, die das Leben leichter machen – praktische Halterungen an den Decken verhindern ein Nachtropfen der Sprühschläuche.

statt der einfachen Anzeige ein Gartentipp des Unternehmens.

Anders sein, sich vom Mittbewerb absetzen, das zieht sich durch die gesamte Ausrichtung des Unternehmens. Angefangen vom einheitlichen Erscheinungsbild (Fuhrpark und Maschinen, Mitarbeiterkleidung, Korrespondenz, Visitenkarten), dem korrekten Auftreten gegenüber dem Kunden, einer durchgängigen Sauberkeit in der Firma und auf der Baustelle (inklusive Bauwagen und WC für die Mitarbeiter), all das sind Bausteine für ein positives Firmenimage. Ebenfalls selbstverständlich ist nach der Baumaßnahme die gemeinsame Schlussabnahme mit dem Chef und ein Kundenbefragungsbogen als abschließendes Feedback.

Ziel all dieser Aktivitäten sei es, den Kunden zu begeistern, um im Raum Marktführer zu bleiben und beim Kunden alleiniger Ansprechpartner für alle Gewerke rund um den Garten zu werden. Dieses ständige Bemühen ist für Bullinger der zentrale Erfolgsfaktor – denn es sei weniger schwer, einen Betrieb an die Spitze zu bringen, als ihn dann an der Spitze zu halten. Um neue Anregungen zu erhalten und neue Kontakte knüpfen zu können, hat sich der Unternehmer deshalb Anfang des Jahres auch um eine Mitgliedschaft beim Landesverband Garten- und Landschaftsbau beworben, daneben ist er Partner bei Teichmeister, über weitere – exklusive – Partnerschaften denkt er nach.

Mit seinem Unternehmen hat sich Bullinger weit von den Anfängen seiner Firma entfernt – von kleineren Pflasteraufträgen führte die Entwicklung hin zu kompletten Gartengestaltungslösungen. Damit folgte das Unternehmen der allgemeinen Entwicklung im Garten-



Der Winter wurde zur Pflege genutzt: Die Maschinen sind frisch überholt und wurden – wo notwendig – frisch gespritzt.

und Landschaftsbau. Der derzeitige Trend innerhalb der Gartengestaltung geht auch in Donauwörth weiter zu architektonisch gestalteten Anlagen, die immer stärker die individuelle „Wohnsprache“ des Hauses nach außen tragen. Die Bereitschaft, in den Garten zu investieren, ist nach Bullingers Einschätzung ungebrochen – und hoch: Von einer Krise spüre er jedenfalls nichts, der Auftragsvorlauf habe schon im Winter bei rund 0,5 Millionen gelegen, über die gleiche Summe sei man in Verhandlung. Bei so viel Optimismus und Tatendrang hatte dann auch der schneereiche Winter ein Einsehen – und gab in der Woche nach dem Gespräch den Boden frei. Bullingers Mitarbeitern, die in diesem Winter alle Hände voll mit Schneeräumen zu tun gehabt hatten, wird der Wechsel willkommen gewesen sein.

Matthias Hinkelammert | Eichstetten

i KONTAKT

Josef Bullinger
Bullinger Gartengestaltung GmbH & Co. KG
Pfalzstraße 3a
86609 Donauwörth-Schäfstall
Tel.: 0906-244011
www.bullinger-gartengestaltung.de

— Anzeige —