

Deutsche Handwerks Zeitung

Wirtschaftszeitung für Handwerk und Mittelstand

Dachdeckermeister Jürgen Haese geht ungewöhnliche Wege und wundert sich, dass seine Handwerkskollegen nicht mitgehen

Ausgetretene Pfade verlassen

„Man muss sich absetzen, fair sein und etwas von der Sache verstehen.“ Wenn man versucht, die Philosophie der Firma Haese Dach aus Aichwald bei Stuttgart in einen Satz zu fassen, müsste er wahrscheinlich so lauten. Es klingt so einfach und klar, doch es steckt eine Menge dahinter. Vieles, was für andere Firmen noch lange nicht selbstverständlich ist.

Verlässlichkeit ist eigentlich im Geschäftsleben essenziell. Zum Beispiel auf eine E-Mail, einen Anruf oder einen Brief zu antworten. Doch das scheint vielen Unternehmern noch immer nicht wichtig genug zu sein. Jürgen Haese kann manchmal nur den Kopf schütteln, wenn er von den Gepflogenheiten und Umgangsformen seiner Handwerkskollegen und Mitbewerber erzählt. „Die seit Jahren bereits erfolgreiche Kommunikation per PC hat noch nicht alle Handwerkskollegen erreicht“, sagt der 40-jährige Dachdeckermeister, „schreiben Sie mal einem Handwerker eine E-Mail.“ Am besten könne man gleich eine weitere hinterher schicken, um nachzufragen, ob er sie auch bekommen hat. Denn die Antwort lasse lange auf sich warten. Wenn sie denn überhaupt kommt. Leider stimmen auch allzu oft die Klischees über Arbeiter in schmutzigen Latzhosen, vollgemüllte Firmenwagen oder die viel zitierte Unzuverlässigkeit in der Termineinhaltung.

Haese hat sich für sein Unternehmen vorgenommen, es nicht so zu machen, sondern im Gegenteil, ge-



nau auf die Verbesserung dieser vermeintlichen Kleinigkeiten besonders viel Wert zu legen. Es fängt damit an, dass er seine Kunden genau fragt, was sie möchten. Und ganz wichtig: „Ich übergehe nie die Hausfrau“, sagt er. Das feinfühlige Verhalten gegenüber den Kunden sei ein ganz entscheidender Faktor, wenn es darum geht, Aufträge zu generieren oder bei der Ausführung einen guten Eindruck zu hinterlassen. Zum Beispiel in sauberer Kleidung zu erscheinen oder in der Wohnung des Kunden mit den Füßen zu arbeiten oder für den Auftrag mit einer guten Flasche Wein zu danken. Eine gründliche Bauabnahme oder die Kundenbefragung nach der Bauausführung sind selbstverständlich. Ebenso werden Höflichkeit und Pünktlichkeit bei der Dachdeckerei Haese groß geschrieben. Alles Details, die ein positives Gesamtbild hinterlassen.

Dass aber genau diese Dinge zäh-

len, merkt Jürgen Haese nicht nur an seinen Auftragsbüchern, sondern auch an der Reaktion der Kunden. „Sie haben mir zugehört.“ „Sie haben mich überzeugt.“ sind nur zwei bemerkenswerte Sätze, die den entscheidenden Unterschied machen. „Der Kunde muss sich wohlfühlen“, sagt Haese. Deswegen verkaufe er keine Dienstleistung, sondern Lebensqualität – ein Dach, unter dem sich die Menschen behütet fühlen. Sachverstand allein reiche dafür nicht aus. Haese: „Dass Sie gute Arbeit machen, ist selbstverständlich.“ Das setzen die Leute voraus. Es geht nicht um ihren Kopf – es geht um ihr Gefühl. Denn 80 Prozent der Kaufentscheidungen fallen die Kunden aus dem Bauch heraus. Dazu gehören neben all den kleinen Aufmerksamkeiten die Fähigkeit, dem Kunden unkonventionelle Vorschläge zu präsentieren. Ihm zu zeigen, wie schön der Dachboden werden kann, wenn



Oben: Wachsendes Geschäftsfeld: Jürgen Haese hat sich zur Fachkraft für Solartechnik weitergebildet und unter anderem auch sein eigenes Haus damit ausgestattet. Foto: Haese



Links außen: Jürgen Haese an seinem ehemaligen Arbeitsplatz. Das Büro ist heute seine eigentliche Wirkungsstätte.

Links: Vorarbeiter Hasan Ramadani bei einer Flachdachsanierung. Fotos (2): Muck

man ihm eine zusätzliche Gaube einbaut oder zwei große statt zweier kleiner Fenster. Dann werden die Kosten auch plötzlich unwichtig. „Wenn ich dann mein Angebot abgebe, spielen manchmal 10.000 Euro keine Rolle mehr“, sagt Haese. Sein großes Ziel ist es, am Markt die Marke „Haese Dach“ zu etablieren. Sein Markenzeichen dafür hat er bereits. Einen Hasen. Jeder Kunde bekommt eine Hasenfigur auf sein neues Dach. Das bereits für die ein- und zweidimensionale Darstellung geschützte Logo gefällt den Kunden, hat einen hohen Wiedererkennungswert. „Sie können ja auch keinen Daimler ohne Stern kaufen“, erklärt Haese ganz selbstbewusst. All diese Mittel dienen dazu, seine Position als Dachdecker am Markt zu stützen und auszubauen. Und er ist, das betont er, mit Absicht nicht der Billigste. Um auch damit seinen Qualitätsanspruch zu untermauern.

chen, dass Mitbewerber Abwerbungsversuche unternommen hätten, erzählt der Dachdeckermeister. Doch die Mitarbeiter fühlen sich viel zu wohl bei Haese. Dürfen sie doch beispielsweise auf Firmenkosten das nahe gelegene Fitness-Studio besuchen. Und sie können sich sicher sein: Der Chef ist auch in für sie schwierigen Zeiten für sie da.

Ebenso wie seine Mitarbeiter besucht Haese regelmäßig Fortbildungen. Denn eine gewisse Sensibilität und die Fähigkeit, auf Kunden richtig zuzugehen, musste sich auch Haese erst erarbeiten. „Meine Frau sagt, ich sei am Anfang zu undiplomatisch gewesen“, gibt er zu. Undenkbar, wenn es darum geht, einen Auftrag zu ergattern. So ließ er sich zum Beispiel in Rhetorik, Verkaufstechnik und Telefontraining schulen. Mehr als 150 Seminare habe er inzwischen mitgemacht und damit nach und nach seine sozialen und fachlichen Kompetenzen erweitert.

Erfolgreich ist Jürgen Haese trotz oder vielleicht auch gerade wegen seines für einen Handwerker nicht alltäglichen Lebenslaufs. Sein Vater hat Betonanierungen vorgenommen und konnte ihm somit kein alteingesessenes Dachdeckerunternehmen übergeben. Den Dachdecker hat er neben dem Zimmererberuf erst in der Schule für sich entdeckt und sich letztlich für den seiner Ansicht nach Vielfältigeren entschieden. Die fehlende Tradition verhinderte, dass er vorgefasste Handlungsmuster einfach übernommen hat. Nach dem Motto: Das war schon immer so. Das wird auch weiter so gemacht. Dass andere Handwerksunternehmer nicht erkennen, wie wichtig es ist, eingefahrene Wege zu verlassen, verschafft ihm natürlich ein Alleinstellungsmerkmal. Ein Umstand, auf den Haese vielleicht nicht so schnell verzichten möchte. Auch wenn er wünschte, seine Kollegen würden wenigstens zuverlässig auf seine E-Mails antworten. Frank Muck

Jürgen Haese macht's vor. Machen Sie's ihm nach:

Mehr Erfolg im Umgang mit Kunden – Der erste „Knigge“ für Handwerker, 5. Auflage 2004, Hardcover, 192 Seiten, 19,90 Euro, ISBN 3-7783-0535-2 www.holzmann-buchverlag.de

Verantwortlich für diese Seite: Frank Muck, E-Mail: frank.muck@holzmannverlag.de

Visitenkarte

Haese Dach

Adresse: Landhausstr. 35, 73773 Aichwald (Büro), Silcherstr. 60, 73666 Baltmannsweiler (Lager und Werkstatt), Tel. 0711/363621, info@haese-dach.de, www.haese-dach.de

Mitarbeiter: 10

Leistungen: Ziegeleindeckungen, Asbestsanierungen, ökologische Dachbegrünungen, Altbau- und Betonsanierungen, Holzbau-, Kaminbau- und Flaschnerarbeiten im Rahmen der Dachdeckung, Fassadengestaltungen, Flachdachisolierungen, Wärmedämmungen, Wohndächstereinbau, Balkon- und Terrassensanierungen, Solaranlagen, Wohndachgauben