

► **Soziale Kompetenz und Kundenorientierung sind bei der Firma Jürgen Haese ganz hoch angesiedelt**

Als geschütztes Markenzeichen prangt nicht nur auf jedem Haese®-Dach, sondern auch auf Visitenkarten der Mitarbeiter, Website oder Arbeitskleidung ein selbst kreierter Haese®-Hase und bürgt für einzigartige Leistungen des Dachdeckerbetriebs in Aichwald bei Stuttgart. Dieser setzt auf eine von Lieferantenmarken unabhängige, eher emotionale Kommunikation zum Kunden, die über die rein fachbezogene Positionierung hinausgeht. Denn Qualität ist für Jürgen Haese eine Grundvoraussetzung und somit Selbstverständlichkeit. Erfolgsfaktoren sieht Haese® vielmehr im Umgang mit den Kunden, im Service und im Auftreten der Angestellten sowie im daraus entstehenden Selbstbewusstsein im Vertrieb. Hasen sind eben Individualisten und keine „Rudeltiere“.

Besonderen Wert legt Jürgen Haese auf die Weiterbildung seiner insgesamt zehn Mitarbeiter, vier im kaufmännischen, darunter ein Auszubildender, und sechs im gewerblichen Bereich. Die Weiterbildungsmaßnahmen umfassen durchaus auch Themen wie Marketing, Verkauf sowie Rhetorik. Die Mitarbeiter lernen verschiedene Kundentypen kennen und einschätzen, erfahren, wie man mit Kunden umgeht, und üben in speziellen Telefontrainings situatives Verhalten im Kundenkontakt. Selbst die Persönlichkeitsentwicklung einzelner Mitarbeiter wird gefördert, z. B. durch Erarbeitung von Eigensicht und Fremdwahrnehmung durch Kollegen oder Kunden.

► **Jeder Mitarbeiter ein Vertriebsprofi durch permanente fachliche Weiterbildung**

Um die qualitative hochwertige Leistung aufrechtzuerhalten, darf die fachliche Fortbildung natürlich nicht vernachlässigt werden. „Wir müssen

## Professioneller Vertrieb durch Personalentwicklung unter Dach und Fach

„up to date“ sein, man lernt immer dazu, man ist doch nie perfekt“, so Jürgen Haese. Die regelmäßigen Fort- bzw. Weiterbildungen, deren Kosten vom Arbeitgeber getragen werden, finden je nach Themenstellung in unterschiedlichem Rahmen statt. Teils besuchen die Mitarbeiter Seminare bei Weiterbildungsanbietern, Lieferanten oder Herstellern – die zunehmend mehr Unterstützung bieten –, teils kommt ein Trainer bzw. Coach zu Einzel- sowie Gruppengesprächen in die Firma. Schulungen werden manchmal sogar in einer nahe gelegenen Gaststätte abgehalten, so dass sie mit einem schönen Abendessen ausklingen können.

Bei den Haese®-Mitarbeitern ist der Schulungsfunkel längst übergesprun-

gen. Die Begeisterung über die umfassenden Weiterbildungsmaßnahmen zeigt sich auch daran, dass mancher aus Eigeninitiative Zusatztrainings absolviert und viele Schulungen im Einvernehmen mit den Mitarbeitern in der Freizeit abgehalten werden. So ist es nicht verwunderlich, dass die Personalfuktuation bei Haese®-Dach auf dem Boden bleibt; kaum ein Mitarbeiter wechselt. Damit hat Jürgen Haese sein Ziel, eine enge Bindung seiner Mitarbeiter an die Firma aufzubauen, erreicht.

Das zeigt sich auch an Gepflogenheiten wie diesen: Jeden Montagmorgen findet in der Wohnung von Jürgen und Ulrike Haese ein gemeinsames Frühstück mit dem Büroteam statt. Da-

bei werden geschäftliche wie auch private Ereignisse besprochen und Herausforderungen definiert. Mitarbeiter und Geschäftsleitung gehen daraufhin entspannter und motivierter in die Woche.

Bleibt noch zu erwähnen, dass jeder Mitarbeiter auf Haese®-Kosten Mitglied im örtlichen Sportstudio ist und auch das Thema Raucher-Entwöhnung bei Haese® – selbstverständlich nur bei Mitarbeitern, die dies ausdrücklich wünschten – mit professioneller Unterstützung durch Hypnose angegangen wurde. Dieses Haese®-Rundumkümmer-Paket lässt nicht nur den Krankenstand sinken, sondern fördert maßgeblich die Motivation der Belegschaft.

► **Aktive Kundenbindung – der Schlüssel zum Erfolg**

Jürgen Haese, der selbst schon über hundert Seminare besuchte und erst im Jahr 2001 die Zusatzausbildung zum Solarteur absolvierte, ist von Personalentwicklung und -motivation überzeugt. Er vertritt die Meinung: „Jede Investition kommt zurück.“

Seine Mitarbeiter legen nicht nur intern gegenüber ihren Kollegen und extern im Umgang mit Kunden ein gutes und sicheres Auftreten an den Tag. Inzwischen akquirieren sie sogar einen Großteil der Aufträge selbst und betreuen zum Abschluss auch die Bauabnahme durch die Kunden eigenverantwortlich. Zur positiven Au-

FIRMIERUNG:	<b>Jürgen Haese</b>
GEWERK:	<b>Dachdecker</b>
STANDORT:	<b>Aichwald bei Stuttgart</b>
WIRKUNGSRAUM:	<b>innerdeutsch Umkreis bis 50 Kilometer; Auslandsaktivität, z. B. Dubai</b>
GRÜNDUNGSJAHR:	<b>1991</b>
KUNDENSTRUKTUR:	<b>95% Privat-, 5% Geschäftskunden</b>
INTERNET:	<b>www.haese-dach.de</b>

ßenwirkung trägt auch eine einheitliche Arbeitskleidung, die Regenjacke, Sweatshirt und Handschuhe umfasst, bei. Jeder Mitarbeiter ist sich seiner Rolle als Repräsentant der Firma bewusst und achtet von sich aus auf ein gutes Erscheinungsbild – saubere Kleidung und geputzte Schuhe eingeschlossen. Durch die soziale und fachliche Kompetenz sowie das professionelle Auftreten der Mitarbeiter stellt die Firma Haese® ihre qualitativ hochwertige Leistung sicher und ist damit auch in der Lage, höhere Preise am Markt durchzusetzen.

► **Gute Aussichten durch Qualität und wachsendes Auslandsengagement**

Qualität hat bei Jürgen Haese viele Ausdrucksformen. So garantiert der Betrieb beispielsweise den Einbau von speziellen, vormontierten Dachgau-

ben an einem Tag inkl. aller dafür notwendigen Installations- und Putzarbeiten. Selbstverständlich übernimmt das Haese®-Team dafür auch alle Planungs- und Genehmigungsaufgaben in Eigenregie.

Regional hat sich die Firma Haese® mit dieser Leistung weit nach vorne gebracht. Von diesem Erfolg soll auch der Kunde mittel- bis langfristig profitieren. Hierfür wird gerade ein attraktives Marketingkonzept in Form eines anteiligen Kostenrückführungsprogramms erarbeitet und Schritt für Schritt umgesetzt.

Doch Jürgen Haese trüge nicht den Hasen im Firmenlogo, wenn er nicht hin und wieder zum Sprung ansetzen würde. Seit vier Jahren sieht er auch im Ausland Perspektiven – etwa in Dubai (dort wurde bereits ein landestypisches Leistungsspektrum mit weiteren Anbietern ausgestellt), Singapur oder China als Berater, Bauaufsicht oder Supervisor bei schwierigen Konstruktionen. Ein derartiger Schritt macht wiederum Fort- und Weiterbildung unabdingbar – allerdings unter geänderten Themenstellungen wie etwa Sprachfertigkeit oder interkulturelle Kompetenz. Gelingt auf dieser Grundlage der Zugang zu internationalen Projekten, ergeben sich damit erneut wunderbare Möglichkeiten zur Abhebung im lokalen Wettbewerb.

Jürgen Haese



### Erfolgsfaktoren des Betriebs

- Sicherung von Qualitätsstandards für Leistung und Service durch Fort- und Weiterbildung der Mitarbeiter
- Positive Außenwirkung; souveräner Umgang der Mitarbeiter mit den Kunden
- Einheitliches Erscheinungsbild
- Lebenslanges Lernen als Quelle von Mitarbeitermotivation und Mitarbeiterloyalität