

SCHNELLER ANS ZIEL

„Rasche Entscheidungen sind für den Vertrieb unglaublich hilfreich“

In vielen Unternehmen – und natürlich auch bei REHAU – hat der Außendienst eine Schlüsselfunktion. Er bringt Aufträge und damit letztendlich Umsatz. Doch Produkte und Dienstleistungen verkaufen sich nicht von selbst, sind sie auch noch so gut.

Natürlich sind für den Verkaufserfolg nicht nur Qualität und Preis ausschlaggebend. Ebenso entscheidend sind die Marktpräsenz, die Nähe zum Kunden, der angebotene Service und eine schnelle Bearbeitung von Kundenanfragen oder Angeboten.

Wir wollten wissen, ob diese Kriterien auch für unser Unternehmen zutreffen. Daher haben wir uns auf die Suche nach Vertriebsmitarbeitern gemacht, die uns Antworten hierzu liefern. Zwei von ihnen haben wir einige Tage begleitet und konnten erfahren, dass Verkaufen selbst unter schwierigen Marktbedingungen richtig spannend sein kann und dass die Ergebnisse der Umstrukturierung bereits erste Früchte tragen.

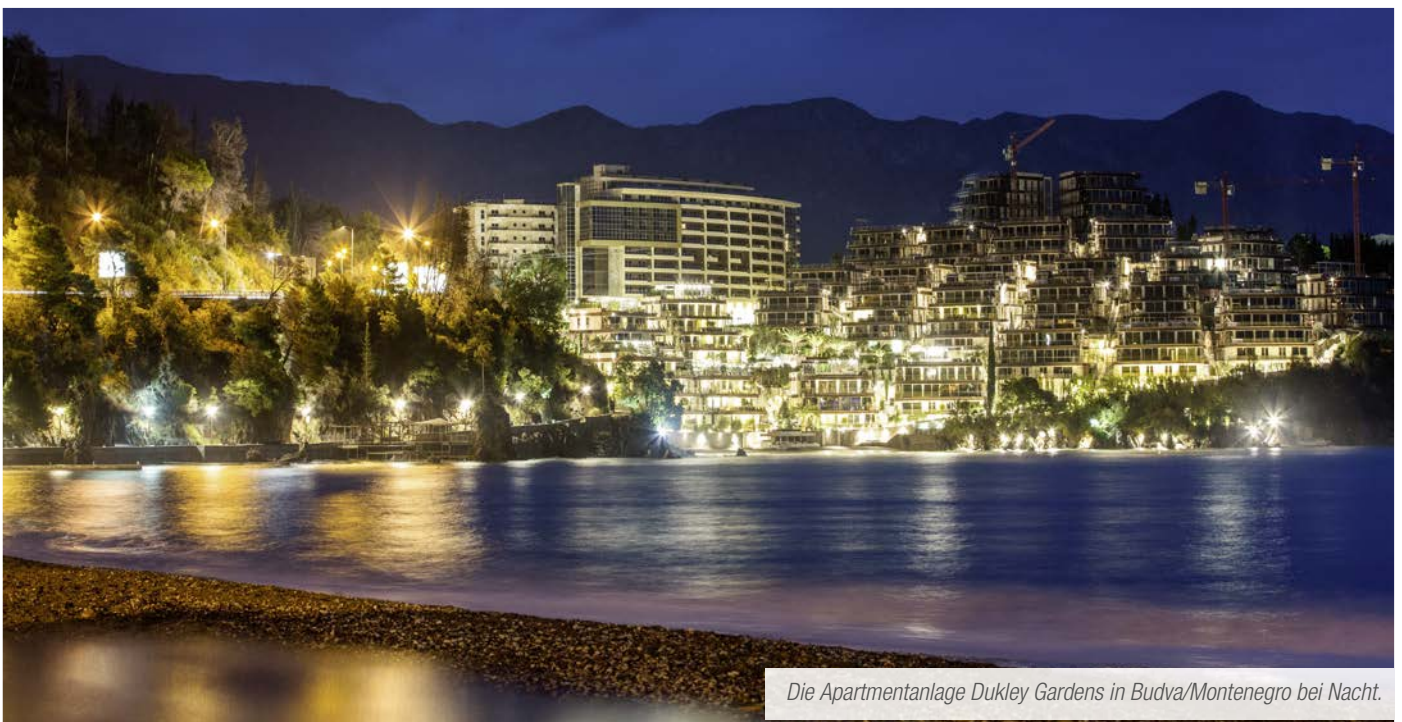
Unser erster Gesprächspartner ist **Aleksander Birg** aus dem Verkaufsbüro Belgrad. Als nationaler Vertriebsleiter Furniture Solutions ist er zuständig für die Länder Serbien



Aleksander Birg, Verkaufsbüro Belgrad

mit Montenegro, Bosnien und Kroatien. Er ist seit mehr als neun Jahren bei REHAU und hat lange Zeit als Außendienstmitarbeiter gearbeitet. Seit März 2014 ist der 44-Jährige in seiner jetzigen Stellung. Die Märkte, die er bearbeitet, beschreibt er wie folgt: „In meinem

Verkaufsgebiet ist kaum Industrie vorhanden – es überwiegen kleinere Gewerbe, Händler und Kunden. Die Länder sind seit Jahrzehnten von einer Krise geprägt – der Aufschwung wird nur mit Investitionen von außen funktionieren.“ Zudem steigt die Anzahl der Wettbewerber – hauptsächlich aus dem Osten und der Türkei – deutlich, erzählt der Mitarbeiter weiter. Diese bringen vermehrt billige Produkte auf den Markt. „Die Nachfrage nach diesen Produkten steigt, auch wenn die Qualität deutlich schlechter ist als die unserer Produkte“, bedauert Birg. Umso mehr freut er sich, dass REHAU in „seinen Ländern“ ein sehr positives Image genießt. Jeder in Serbien kenne REHAU, hauptsächlich aus dem Fenster- und Fassadenbereich, der stark beworben wird. Davon profitiert natürlich auch der Möbelbereich. „REHAU steht für Qualität und guten Service“, so Birg. Einer seiner Kunden beschreibt es so: „REHAU ist Mercedes. Wer einmal Mercedes fährt, fährt immer Mercedes. Egal was es kostet.“ ►



Die Apartmentanlage Dukley Gardens in Budva/Montenegro bei Nacht.

Das Prestige-Objekt Dukley Gardens

Dieser Standpunkt entspricht wohl auch der Ideologie des russischen Bauträgers Monterra. Das Unternehmen errichtet momentan eine etwa 40.000 Quadratmeter große Apartment-Anlage in Budva/Montenegro. Die Anlage umfasst 36 luxuriöse Villen und über 200 Wohnungen mit 100 bis 250 Quadratmetern, die alle über mindestens eine große Terrasse mit Meerblick verfügen. Die Terrassen werden je nach Kundenwunsch möbliert und mit unserem Terrassensystem RELAZZO ausgestattet.

Es ist mit rund 20.000 Quadratmetern das aktuell größte Projekt für REHAU Decking weltweit. Aleksander Birg zeigt den Stellenwert auf: „Sobald die Kunden hören, dass wir in diesem gigantischen Komplex mit rund 20.000 Quadratmetern RELAZZO vertreten sind, sind sie extrem beeindruckt. Es ist eine sehr gute Referenz für REHAU. Durch das Prestige-Objekt ‚Dukley Gardens‘ konnten wir weitere Aufträge generieren.“ Zudem wird der Bauträger Monterra drei weitere große Hotels in Budva bauen. Darüber steht der Vertriebsleiter momentan in Verhandlungen. Denn natürlich möchte man weitere REHAU Produkte in den neuen Hotels platzieren: „Der Kunde kennt uns jetzt und

weiß, dass wir zuverlässig sind und die Qualität stimmt. Wir gehen mit RAUVISIO ins Rennen und für den Baubereich könnte RAUTITAN ein Thema sein“, sagt Birg.

Dass ihm bei seinem Vorhaben, weitere Aufträge an Land zu ziehen, die Umstrukturierung zugute kommt, davon ist Birg überzeugt. „Ich denke, wir werden flexibler. Es ist wichtig, dass Entscheidungen schneller herbeigeführt werden. Und dass wir mit unseren Bedürfnissen gehört werden.“ Ebenso dringlich findet er die Teambuilding-Maßnahmen. „Wir wollen Synergien nutzen und können uns gegenseitig helfen“, erläutert Birg und spielt damit auf die neue Länderaufteilung an, nach der beispielsweise Polen jetzt zu Südosteuropa gehört. Polen sei sehr stark, berichtet der Mitarbeiter, der sich von dieser neuen Zusammenlegung positive Effekte erhofft.



*Aktuell das weltweit größte Projekt für REHAU Decking:
In der Apartmentanlage Dukley Gardens in Budva/Montenegro
wurden rund 20.000 Quadratmeter RELAZZO verlegt.*

PVC- statt Aluminiumfenster

Der andere Gesprächspartner, der uns bei unseren Recherchen unterstützte, ist **Andreu Arimany**. Der nationale Vertriebsleiter Fenster/Fassade, der 1992 als Anwendungstechniker im Fensterbereich ins Unternehmen einstieg, zeichnet für die Länder Spanien und Portugal verantwortlich. Er berichtet, dass der PVC-Fenstermarkt auf der Iberischen Halbinsel stark vom deutschen Markt beeinflusst ist und sich die Produktpalette sehr ähnelt. Obwohl PVC-Fenster schon seit vielen Jahren auf dem Markt sind, bestehen weiterhin Wachstumskapazitäten, weil sie nach und nach Aluminiumfenster ersetzen. Ein großer Verbündeter bei der Einführung der REHAU Systeme im Land war der Gesetzgeber. Die Gesetze bezüglich der Wärmedämmung wurden verschärft und die neuen Dämmwerte sind mit den in Spanien bisher üblichen Fensterelementen aus Hochleistungsaluminium nicht einzuhalten. Was die Marktquote von PVC-Fenstern betrifft, so war sie 2012 praktisch nicht vorhanden. 2014 wird sie schon bei rund 45 % liegen.



Andreu Arimany, Leiter Business Team (Iberische Halbinsel) und Competence Team (Region SO).

Die Baukrise verursachte einen Rückgang bei Neubauten um rund 70 %. REHAU konzentrierte sich in dieser Zeit auf den Renovierungssektor und konnte die Auswirkungen der Krise dadurch etwas auffangen. Während dieser Zeit, so Arimany, habe sich der Markt gewandelt. „Unsere Kunden haben sich den neuen Anforderungen angepasst, haben die Produktion großer Fensterserien eingestellt, um sich vermehrt der Kleinserienfertigung mit verschiedenen Formen und Farben zu widmen. Die Krise hat auch bewirkt, dass die Kunden keine großen Bestände mehr auf Lager halten. Sie verlassen sich auf uns. Außerdem fordern sie immer kürzere Lieferzeiten.“

Dass der 55-Jährige Mitarbeiter diese Lieferzeiten einhalten kann, verdankt er nicht zuletzt der Weiterentwicklung des Unternehmens. Auch REHAU wird immer schneller und flexibler und versucht, in immer mehr Farben, kleineren Mengen und angemessenen Fristen zu liefern. Und das zu wettbewerbsfähigen Preisen. In Spanien hat REHAU ein gutes Image. „Wir gelten als seriöse Firma. Zwar etwas teuer, dafür aber als Garant für beste Qualität“, sagt Arimany. Die Kunden der Iberischen Halbinsel schätzen diese Qualität, den Service, das effiziente Logistiksystem sowie die gute kaufmännische und technische Unterstützung. Der Kunde, so der Maschinenbauingenieur, fühle sich bei REHAU einfach gut aufgehoben. Und er schätzt „Made in Germany“.

Das gilt auch für die Firma Serralleria Joan. Der Fensterverarbeiter mit über 20 Beschäftigten ist seit mehr als 25 Jahren auf dem Markt und gilt in diesem Bereich als eines der erfahrensten Unternehmen in ganz Andorra. Inhaber Joan Martínez setzt hauptsächlich auf die Strategie, die unterschiedlichsten Produkte für die Fensterverarbeitung anzubieten. Neben PVC-Fenstersystemen von REHAU bekommt der Kunde bei ihm auch Aluminium- und Stahlsysteme. Als entscheidenden Grund für die Zusammenarbeit mit unserem Unternehmen führt Martínez die Bekanntheit von REHAU an. Er profitiert von diesem Renommee und schätzt unsere Serviceleistungen, die ihm helfen, sich vom Wettbewerb abzuheben. ▶



Aleksander Birg im Kundengespräch mit Architekt Aleksander Milošević.



Der Einbau der neuen Fenster aus REHAU Systemen verhilft Hotelier Bringué, die Heizkosten erheblich zu reduzieren. Zudem wird der CO²-Ausstoß gesenkt. Gut für die wunderschöne Landschaft rings um das Hotel.

Die Zusammenarbeit zwischen Serralleria Joan und REHAU ist überaus positiv. So konnten in den vergangenen Monaten gleich mehrere Projekte gemeinsam bewältigt werden. Eines davon ist das Hotel Bringué. In dem Viersternehotel in Ordino/Andorra wurden die alten Alufenster durch neue Fenster aus dem REHAU Profil Euro-Design ersetzt. Dabei wurden 150 Fenster ausgetauscht. Inhaber Josep Maria Bringué ist begeistert: „Durch die alten Fenster ging sehr viel Wärme verloren. Mit dem Austausch der Fenster haben wir die Energieeffizienz des gesamten Gebäudes deutlich verbessert.“ Geräusche, die ein großer Fluss verursache, der neben dem Hotel vorbei fließt, seien kein Thema mehr. Öffne man ein Fenster, sei es sehr laut – bei geschlossenem Fenster höre man gar nichts mehr, freut sich der Hotelier. Gleichzeitig mit dem Austausch der Fenster erfolgte eine umfassende Renovierung der Gemeinschaftsräume, der Rezeption sowie von Speise- und Aufenthaltsräumen. Nach der Fertigstellung präsentiert sich das Hotel im neuen Gewand: modern, warm und elegant. Nach dieser Renovierung stiegen auch die Bewertungen in den sozialen Netzwerken und das Hotel erhielt bei TripAdvisor das Zertifikat „Exzellenz 2014“. Josep Maria Bringué abschließend: „REHAU und Serralleria Joan haben gemeinsam hervorragende Arbeit geleistet und die zu Beginn des Projekts versprochenen Ergebnisse erreicht. Ich kann beide Firmen deshalb nur wärmstens weiterempfehlen.“

Natürlich freut sich Andreu Arimany über so viel Lob. Wie sein Kollege Aleksander Birg ist auch er überzeugt, dass sich solche und weitere Verkaufserfolge durch die Umstrukturierung künftig einfacher erzielen lassen. „Ich bin überzeugt, dass diese direktere Struktur die kaufmännische Arbeit erleichtern wird. Jeder Sektor hat seine eigenen Probleme und seine eigenen Erfordernisse. Der Fenstermarkt hat andere Eigenschaften als der Markt für Gebäudetechnik oder der Industriebereich. Mit der neuen Struktur sprechen die verschiedenen Gesprächspartner alle die gleiche Sprache. Das wird die Kommunikation und das Treffen von Entscheidungen erleichtern und beschleunigen.“ Arimany glaubt, dass sich der Informationsfluss verbessert und Entscheidungen schneller und effektiver getroffen werden als bisher.

„Wir sind eine große Firma mit hochqualifizierten Mitarbeitern, einer großen Produktpalette und innovativen und qualitativ hochwertigen Systemen. Wir müssen unsere Stärken effizient auf den Markt übertragen. Mit der neuen Gruppenorganisation werden wir das bestimmt schaffen“, ist der langjährige Mitarbeiter überzeugt. ■