

Presseinformation

Zeichen:

Zeilen:

Datum: Juni 2009

Gemeinsam Menschen begeistern

Jäger Direkt - der etwas andere Hersteller für Elektrotechnik

Zum zweiten Mal nach 2008 erhielt der Elektrotechnik-Spezialist Jäger Direkt aus dem südhessischen Reichelsheim im Mai die Auszeichnung „Deutschlands Kundenchampions“. Das Unternehmen fertigt Produkte und Komponenten für die Elektro-Haustechnik und vertreibt diese ausschließlich direkt und exklusiv über das Elektro-Fachhandwerk. Ziele, Produkte und zahlreiche Service-Leistungen von Jäger Direkt orientieren sich konsequent am Nutzwert für die Kunden. Die enge Zusammenarbeit zahlt sich aus: Seit der Gründung 1990 hat das Unternehmen mehr als 20.000 aktive Kunden gewonnen und rund 180 Arbeitsplätze geschaffen.

„Ein Unternehmen, das seine Kunden und Mitarbeiter nachweislich erfolgreicher macht, kann den eigenen Erfolg nicht verhindern“, umschreibt Thomas Jäger die Erfolgsformel von Jäger Direkt.

„Die Bestätigung dieser Platzierung und der Bewertung durch unsere Kunden ist für uns fast noch wertvoller als die Auszeichnung im vergangenen Jahr. Denn dies zeigt, dass wir mit unserer „gut-drauf-Philosophie“ und der 100%igen Einbindung unserer Kunden aus dem Elektrohandwerk die langfristig richtige Strategie verfolgen“, freut sich der geschäftsführende Gesellschafter über den neuerlichen Erfolg.

Zusammen mit seinem Partner Franz-Josef Fischer entwickelte er 1989 die Vision von einem einzigartigen, unverwechselbaren Unternehmen. Ein Jahr später setzten die beiden ihre Idee um und gründeten die heutige Jäger GmbH & Co. KG mit dem Ziel, den eigenen Erfolg aus dem Erfolg der Kunden zu generieren. Kundenzielgruppe und Angebotsspektrum waren dabei von Anfang an klar definiert: Das Unternehmen fertigt Produkte und Komponenten für die Elektro-Haustechnik und vertreibt diese direkt und exklusiv über das Elektro-Fachhandwerk. Zur Orientierung dient dabei die offizielle Definition des Zentralverbands der deutschen Elektro- und Informationstechnischen Handwerke (ZVEH).

Das Produktportfolio ruht auf zwei Säulen: Da sind einmal die eigenen, exklusiven Fachhandelsmarken. Dabei konzentriert sich Jäger Direkt besonders auf die Entwicklung energieeffizienter Lösungen, beispielsweise das innovative Schalterprogramm Opus, die Energieregler Ecovolt oder Votha, die schnellsten Wandverteiler Europas.

Daneben gibt es zur Abrundung ein umfangreiches Sortiment all der Dinge, die ein Handwerksbetrieb bei der täglichen Arbeit benötigt, von Werkzeug über Kabel bis zu Batterien. „Mit unserem knapp 7.500 Teile umfassenden

den Sortiment versuchen wir im weitesten Sinne, die Elektrotechnik rund um die Hausinstallation und die Baustellen-Stromversorgung abzubilden“, erläutert Jäger. Etwas mehr als die Hälfte des Sortiments sind übrigens Eigenentwicklungen, die Jäger Direkt vorwiegend in Deutschland fertigt und auch produzieren lässt.

All diese Produkte können die privaten, gewerblichen und industriellen Endanwender ausschließlich bei Elektro-Fachbetrieben beziehen beziehungsweise von diesen installieren lassen. „Sicherheitsrelevante Produkte müssen von wirklichen Fachkräften installiert werden. Alles andere gefährdet unnötigerweise Leib und Leben“, sagt Jäger in diesem Zusammenhang. Das dazu passende Motto lautet knapp und punktgenau: „Finger weg von den Kunden unserer Kunden“. Für die Kunden bedeutet das zudem kürzeste Lieferzeiten.

Überdies sei es enorm wichtig, den Jäger Direkt-Kunden bewusst zu machen, dass sie direkt mit dem Hersteller, durch die höhere Geschwindigkeit, die direkte technische Betreuung und die höheren Erträge Vorteile haben, die es ihnen möglichst macht, effizienter und kundenorientierter zu arbeiten. Diese Exklusivität wiederum sichert den Kunden neben stabilen Margen auch eine gute Kundenbindung.

Vielfältige Serviceangebote machen Kunden zu Fans

Nun ist ein umfangreiches Sortiment allein kein Garant für den Erfolg eines Unternehmens. Zumal der Wettbewerb im B2B-Bereich durchaus als knallhart bezeichnet werden kann. Hinzu kommt der enorme Preisdruck in den Märkten. Um vor diesem Hintergrund dennoch bestehen zu können, entwickelten Jäger und Fischer gleich

mehrere Strategien, die in der Summe dazu beitragen, dass Unternehmen und Kunden eine emotionale Beziehung eingehen.

„Wir unterstützen unsere Kunden sehr differenziert, angefangen von der normalen Belieferung mit elektrotechnischen Produkten über Materialien zur Verkaufsförderung und Schulungen bis zur kompletten Planung und Vor-Ort-Unterstützung bei komplexen Projekten“, beschreibt Jäger diesen Teil des Gesamtprogramms. Ein besonderes Highlight ist die Unterstützung bei der Planung und Inbetriebnahme von Lösungen rund um die intelligente, energieeffiziente Haustechnik, etwa Opus greenNet.

An erster Stelle stehen zunächst Logistik und Lieferservice. Hier erzielte das Unternehmen beim Wettbewerb „Deutschlands Kundenchampions“ übrigens exzellente Beurteilungen durch seine Kunden. Was unter anderem daher kommt, dass Jäger eine 100%ige Auslieferquote zusichert. Bestellungen von Katalogware, die bis 17.00 Uhr eingehen, gehen noch am gleichen Tag in den Versand und sind in der Regel am nächsten Werktag am Ziel - sei es beim Kunden oder auf dessen Baustelle. Dabei legt Jäger Direkt Wert darauf, die Bestellungen komplett und nicht mit Teil- oder Nachlieferungen abzuwickeln.

Auch wenn das Unternehmen nicht den Anspruch hat, ein Vollsortimenter zu sein, so bietet es dennoch einen Komplettservice an. Dazu gehört beispielsweise die Unterstützung der Kunden beim Baustellenservice, denn „nichts ist ärgerlicher, wenn eine Lieferung Rohre zwar angekommen ist, aber Kleinteile wie Schellen oder Dübel fehlen“, stellt Thomas Jäger fest.

Wie Kunden zu Partnern und Fans werden

In beiderseitigem Interesse ist die enge Zusammenarbeit zwischen Jäger Direkt und seinen Kunden. Das Konzept dazu sieht unterschiedliche Stufen und Intensitäten der Zusammenarbeit vor. Neben den ganz normalen Kunden, gibt es Aktivpartner, „die bekennenden Jäger Direkt-Servicebetriebe vor Ort“. Diese integriert Jäger Direkt in einem bundesweiten Bezugsquellenverzeichnis, um Anfragen aus den jeweiligen Regionen direkt zu vermitteln.

Entscheidend sei aber auch, Kunden aktiv in die Weiterentwicklung von Produkten und Service-Dienstleistungen einzubinden, führt Thomas Jäger aus. Dafür gibt es bei Jäger Direkt die Konzeptpartner und in der intensivsten Form einen Kundenbeirat.

Die Konzeptpartner sind ausgewählte Betriebe mit Beratungs-, Service- und Marktcompetenz. Diese Partnerbetriebe erhalten spezielle, produktbezogene Schulungen und sind, vereinfacht dargestellt, der verlängerte Arm von Jäger Direkt vor Ort. Denn bei Bedarf beraten die Konzeptpartner ihre Kollegen aus weniger spezialisierten Betrieben bei komplexen Projekten. Dahinter steckt übrigens auch die Erkenntnis, dass die moderne Elektrotechnik weitaus komplexer ist, als vielfach angenommen. Deshalb wählt Jäger Direkt seine Konzeptpartner auch nicht für das Gesamtprogramm, sondern jeweils für eine bestimmte Produktgruppe aus. Die Betreuung der Partner durch Jäger Direkt erfolgt durch die eigenen Techniker und Ingenieure.

Auch die Mitglieder des Kundenbeirats, je Produktgruppe zwischen sechs und acht Fachbetriebe, wählt Jäger Di-

rekt selbst aus. Der Kundenbeirat hat einen nachhaltigen Einfluss auf die Produktentwicklung, das Servicespektrum wie auch die Marktbearbeitung. Deshalb handelt es sich hier nahezu ausschließlich um spezialisierte Elektro-Fachbetriebe.

Abhängig von den aktuellen Themen kommen die Konzeptpartner wie auch der Kundenbeirat ein- bis zweimal im Jahr zum Gedanken- und Meinungsaustausch zusammen.

Im Mittelpunkt stehen die Menschen

„Mit Herz und Seele gemeinsam Menschen begeistern“, lautet das Leitbild von Jäger Direkt. „Sortiment, Strategie und Prozesse können noch so ausgefeilt sein, entscheidend sind schlussendlich die agierenden Menschen“, so Thomas Jäger. Ausschlaggebend ist die kundenorientierte Einstellung aller Mitarbeiter. Folglich stehen nicht nur regelmäßige Schulungen der Mitarbeiter auf dem Programm. Auch die Unternehmensleitlinien, denen sich alle Mitarbeiter verpflichten, drücken dies aus: „Ich bin Unternehmer im Unternehmen“, heißt es da unter anderem - und „Ich begeistere Kunden und Lieferanten“. Weiter sind alle der aktuell fast 180 Beschäftigten angehalten, Verantwortung zu übernehmen. Von den Erfolgen des Unternehmens profitieren sie wiederum durch verschiedene Erfolgs- und Gewinnbeteiligungssysteme sowie individuelle Fördermaßnahmen.

„Wichtig ist uns ein Klima, das einen nachhaltigen Erfolg und die Verbundenheit zum Unternehmen sowie zu den Kunden und Lieferanten fördert“, erklärt Thomas Jäger. „Wir haben die Erfahrung gemacht, dass Motivation und Verantwortungsbewusstsein sprunghaft steigen, wenn

die Menschen ihren Job gerne und mit Lust machen.“ Wichtig sei in diesem Zusammenhang, die Talente der Mitarbeiter zu erkennen, sie zu fördern und auch zu fordern. Der gemeinsame Erfolg sei dann fast eine logische Folge.

Auch seiner gesellschaftlichen Verantwortung ist sich Jäger Direkt bewusst. Das beginnt mit den bereitgestellten Ausbildungsplätzen - zurzeit bildet das Unternehmen 37 Jugendliche in sieben unterschiedlichen Berufen aus - bis hin zu zahlreichen Sozialprojekten, in denen sich das Unternehmen engagiert. Für beides wurde Jäger Direkt in der Vergangenheit mehrfach ausgezeichnet.

Endverbraucher auf verschiedenen Wegen begeistern
Menschen stehen bei Jäger Direkt aber auch im Mittelpunkt, wenn es darum geht, die Endverbraucher beziehungsweise Endanwender davon zu überzeugen, dass sie sich bei Interesse ausschließlich an einen Elektro-Fachbetrieb wenden können.

„Eins unserer Ziele ist natürlich auch, die Endverbraucher für unsere Produkte zu begeistern“, beschreibt Jäger die Strategie. „Neben den Produkten und den technischen Möglichkeiten selbst ist uns dabei auch das Image der Branche wichtig. Elektro-Haustechnik assoziieren viele Verbraucher mit aufgestemmtten Wänden, Schmutz und Lärm. Dabei gibt es mittlerweile zahlreiche bezahlbare, komfortablere und rentable Lösungen, etwa Opus greenNet, bei denen intelligente Systeme problemlos nachgerüstet werden können - ohne einen Schlitz in der Wand. „Diese neuen Möglichkeiten überzeugen am besten durch die Live-Präsentation“, unterstreicht Thomas Jäger.

Auch hierbei unterstützen die Hessen ihre Kunden aktiv und kreativ. Unter dem Label „gut drauf-Fabrik“ bieten sie den Elektro-Fachbetrieben einen professionellen Veranstaltungsservice für die Planung und Durchführung von Ständen bei Gewerbeschauen, Messen, Aktionstagen oder sonstigen Firmenveranstaltungen.

„Ein Handwerksbetrieb hat in der Regel weder das Personal noch die Zeit, sich um organisatorische Details einer Endkunden-Veranstaltung zu kümmern“, erläutert Thomas Jäger die Idee. Andererseits bestehe vielfach der Wunsch, sich angemessen, aber auch originell zu präsentieren, um das eigene Leistungsspektrum vorzustellen. Sei es wegen eines Jubiläums, eines Stadtfestes oder auf einer lokalen Verbrauchermesse.

Dass solcherart Aktivitäten und Erfolge nicht verborgen bleiben, liegt auf der Hand. Zumal dann, wenn daneben noch aktiv Pressearbeit für Neuprodukte betrieben wird, oder die Produktmarken wie beispielsweise die Opus-Schalterprogramme regelmäßig in einer TV-Serie (Zuhause im Glück, RTL2) zu sehen sind. Doch Anfragen von Endkunden sowie von industriellen Großabnehmern lehnen die Hessen prinzipiell ab. Stattdessen bieten sie an, für das Geschäft einen passenden Partnerbetrieb zu vermitteln. „Wir sehen für alle Beteiligten die größten Vorteile, wenn unsere Qualitätsprodukte ausschließlich von geschulten Fachkräften installiert werden, da nur dann wirklich sichergestellt ist, dass diese tatsächlich ihren vollen Nutzen für die Anwender bringen können.“, stellt der gelernte technische Kaufmann Jäger dazu klar.

Das dem Erfolg zugrunde liegende Kundenbetreuungskonzept hat das Unternehmen über fast 20 Jahre Schritt für Schritt entwickelt. Immer unter der Maxime, die Kunden durch eine enge Zusammenarbeit zu unterstützen und so erfolgreicher zu machen. An welchen Ideen die beiden umtriebigen Jäger Direkt-Chefs noch arbeiten, verraten sie nicht. Bekannt ist lediglich das Projekt „Elektro-Erlebniswelt“, eine Neubauplanung, bei der auf rund 45.000 m² in den nächsten Jahren ein Entwicklungs-, Fertigungs- und Logistikzentrum entstehen soll.

In der abschließenden Analyse zum Wettbewerb „Deutschlands Kundenchampions 2009“ schreiben die DGQ-Experten in ihrer Bewertung: „Alles in Allem ein Ausnahmeunternehmen, in ständiger Bewegung und Weiterentwicklung“. Insofern darf mit Spannung der nächste Coup erwartet werden.

Infobox

3 Fragen - 3 Antworten

an Thomas Jäger, geschäftsführender Gesellschafter von Jäger Direkt

1. *Warum haben Sie - vielleicht auch oder gerade in Zeiten wie diesen - an einem Wettbewerb wie „Deutschlands Kundenchampions 2009“ teilgenommen?*

Weil es uns weiterbringt, sich mit den darin gestellten Fragen auseinanderzusetzen. Wir sind hoch motiviert, unseren Service weiter auszubauen und nutzen diese Benchmark-Möglichkeit zur Analyse unseres bestehenden Dienstleistungsprogramms. Abgesehen davon ist es reizvoll, sich mit den Besten zu messen.

2. *Was versprechen Sie sich für Ihr Unternehmen davon? Wie helfen Ihnen Teilnahme und Ergebnisse weiter?*

Zunächst - aus beiden Wettbewerben haben wir zahlreiche Impulse hinsichtlich der Qualität wie auch der Kundenorientierung mitgenommen. Unabhängig vom Endergebnis war für uns die Auseinandersetzung mit dem Thema „Kundenbeziehungsmanagement“ ausschlaggebend. Nicht zu unterschätzen ist auch die Methode: Die (gnadenlose) Beurteilung durch unsere Kunden sorgt dafür, sich noch intensiver mit deren Belangen zu befassen.

3. *Was tut Ihr Unternehmen gegen die Auswirkungen der aktuellen Wirtschaftskrise und wie sehen Sie die weitere wirtschaftliche Entwicklung 2009/2010?*

Die Situation ist insgesamt durchaus kritisch. Innerhalb unserer Branche ist die Krise bisher jedoch sehr unterschiedlich angekommen: Wir haben Kunden mit vollen Auftragsbüchern, während andere sehr massive Probleme haben. Diesen versuchen wir zu helfen, indem wir gemeinsam deren bisheriges Portfolio diskutieren, um so möglicherweise neue oder zusätzliche Märkte zu erschließen.

Wir selbst beobachten die Entwicklung sehr intensiv, wobei wir saisonale und witterungsabhängige Aspekte einbeziehen müssen. Mit unseren täglichen Datenauswertungen haben wir ein Frühwarnsystem und darüber hinaus versuchen wir, Entscheidungen schneller zu treffen, etwa um Unterstützungsmaßnahmen früher als ursprünglich geplant durchzuführen.

Kurzinformation forum! Gruppe

forum! (www.forum-mainz.de) wurde 1996 als inhabergeführtes Marktforschungs- und Beratungsunternehmen mit Sitz in Mainz gegründet. Mit den beiden Tochterunternehmen forum! Marktforschung sowie forum! Marketing- und Kommunikationsberatung ist forum! spezialisiert auf die Analyse und Optimierung des unternehmerischen Beziehungsmanagements. Mit dem Excellence Barometer® (www.exba.de), das sich als bedeutendste Benchmarkstudie zur Leistungsfähigkeit der deutschen Wirtschaft etabliert hat, unterhält forum! Marktforschung gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft für Qualität e.V. (DGQ) als eines der wenigen Marktforschungsinstitute in Deutschland eine eigene Grundlagenforschung zu den Erfolgsfaktoren des Beziehungsmanagements. Auch die enge Verbindung zum Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität in Mainz steht für die Aktualität und Innovation hinsichtlich der eingesetzten Forschungsmodelle und -techniken.

Durch den bundesweiten Wettbewerb „Deutschlands Kundenchampions“ (www.deutschlands-kundenchampions.de) sucht forum! Marktforschung zusammen mit der Deutschen Gesellschaft für Qualität e.V. (DGQ) die Unternehmen mit den besten Kundenbeziehungen. Mit dem Wettbewerb verfolgen die Initiatoren das Ziel, ein Benchmarking für die Qualität des Kundenbeziehungsmanagements zu etablieren und vorbildliche Kundenorientierung in Deutschland zu honorieren. forum! Marktforschung ist weiterhin Veranstalter des jährlich stattfindenden Mainzer Beziehungsmanagementkongresses,

dessen Ziel es ist, Entscheidern aus der Wirtschaft Wissen rund um das unternehmerische Beziehungsmanagement zu vermitteln - von der Theorie über die Analyse bis hin zur Umsetzung. Die forum! Gruppe verfügt über ein eigenes Call-Center zur Durchführung von Telemarketingprojekten sowie ein Interview-Center in Mainz mit einer Spezialisierung auf die Abwicklung von B2B-Studien und internationalen Studien.

Weitere Informationen für Journalisten:

Sabrina Schwedes

forum! Marktforschung GmbH
Dekan-Laist-Str. 17a
55129 Mainz

Tel.: 06131/32809 158
Fax: 06131/32809 258
E-Mail: Name@forum-mainz.de