





neue Mitarbeiter ins Unternehmen integriert werden. Dieser Aufgabe stellte sich Prokurist und Vertriebschef Wolfgang Giencke gemeinsam mit Friedrich Heuser, geschäftsführender Gesellschafter der Schleifenbaum Personalentwicklung. „Besonderes Augenmerk legten wir hier darauf, die individuellen Kundenwünsche im persönlichen Verkaufsgespräch herauszuarbeiten und das Angebot mittels Freihandskizze zu unterstützen“, erklärt Heuser. Wichtig dabei: Die Theorie wurde sofort auch in die Praxis übertragen. Erfreuliches Ergebnis der Ausbildung: Von 15 Teilnehmern konnten sich bereits vier dauerhaft unter den Top Ten-Verkäufern des Unternehmens etablieren (Umsätze zwischen 100.000 und 175.000 Euro im Monat). Ein von Schleifenbaum speziell für Sommerlad entwickeltes Verkaufshandbuch dient darüber hinaus dazu, alle Mitarbeiter, selbst diejenigen, die die Schulung nicht besuchten, auf den gleichen Wissensstand zu bringen.

Auch im Bereich der Küchen, der 25 Prozent zum Umsatz beiträgt, kaufte Sommerlad Know-how ein, um diesen Umsatzträger weiter zu stärken. Die Firma Küchen-Corporation trainierte nicht nur den KPS-gestützten Verkauf, sondern integrierte diesen in einen ganzheitlichen Ansatz: „Wir sehen den Auftragsdurchlauf vom Verkauf bis zur Lieferung/Montage oder sogar bis hin zu einem Kundendienstfall“, beschreibt Hans-H. Meentzen sein Prinzip des Coachings.

Ähnlich ganzheitlich geht auch Erhard Schreier in seinem Konzept „Ausliefern mit Herz und Verstand“ vor. Einen starken Schwerpunkt legt der Unternehmensberater auf das Thema Kommunikation. „Neben der Fachkompetenz ist es für die Mitarbeiter doch enorm wichtig, sympathisch aufzutreten und auch kommunikativ nicht auf der untersten Sohle verhaften zu bleiben. Das Auslieferungspersonal muss doch in der Lage sein, bei Problemfällen ein ernst zu nehmender Ansprechpartner zu sein. Der Kunde soll immer das Gefühl haben, mit Sommerlad die richtige Wahl getroffen zu haben. Selbst

***Oben links: Betina Sommerlad-Opper arbeitet im Unternehmen als Innenarchitektin. Ihr Spezialgebiet: Individuelle Objektberatung.***

***Oben rechts: Fachkompetenz verbunden mit einem freundlichen Auftreten bilden die Pfeiler für erfolgreiche Abschlüsse im Verkauf. Feste Anlaufstellen im Haus erleichtern es den Kunden auf der Großfläche, Personal zu finden.***

eine Reklamation kann man als Chance begreifen. Durch Einsatzbereitschaft kann ein Käufer beim zweiten Mal doch noch begeistert werden“, erklärt Roy Fishman. Grund genug für ihn, auch die Reklamationsbearbeitung im Haus zu optimieren. Weshalb die Firma Anhalt + Goedecke auf der Grundlage eines psychologisch fundierten Kommunikationsmodells praxisbezogene Reklama-Trainings durchführte.

Doch um alle Prozesse so weit voranzutreiben, fehlte noch die Verzahnung. „Der Stoff muss bei den Mitarbeitern tief verwurzelt sein, um auch richtig zu greifen. Kurz nach einem Seminar ist der Erfolg meistens vorprogrammiert, weil alle wahnsinnig motiviert sind. Aber was ist nach einem Jahr? Damit die Themen ineinander greifen, brachte er die Trainer zusammen an einen Tisch. Dort wurden klare Ziele formuliert. „Nur vernetztes Denken unter Berücksichtigung aller Beteiligten bringt letztendlich den gewünschten Erfolg“, zeigt



sich Roy Fishman von dem Gesamtkonzept überzeugt. „Dieses Vorgehen hat sich auch in der Führungsetage bewährt, die insgesamt sehr schlank strukturiert ist. Der Vorteil liegt in kurzen Wegen und damit schnellen Entscheidungen. Wir haben zusätzlich inzwischen auf allen Ebenen Teams nach Warengruppen gebildet und daraus Qualitätszirkel abgeleitet.“

Inzwischen wurden von den 600 Mitarbeitern 433 in insgesamt 145 Seminartagen geschult. Nicht darin enthalten: Die zahlreichen Schulungsangebote von Seiten der Industrie, von denen Sommerlad ebenfalls regen Gebrauch macht.

Während viele Mitarbeiter am Anfang skeptisch waren, ist die Akzeptanz bezüglich der Schulungsmaßnahmen heute groß. „Nach jedem Seminar verteile ich Fragebögen, die anonym beantwortet werden können, um ein Feedback zu erhalten. Daran messen wir, wie unsere Mitarbeiter sich damit identifizieren.“

Parallel zur Qualifikation des Personals, wurde auch das Ent-

**Das Schulungsteam**

- **Schleifenbaum**  
Personalentwicklung  
Ansprechpartner: Friedrich W. Heuser  
Daimlerstr. 2  
35708 Haiger  
e-mail: fheuser@schleifenbaum.com  
Spezialgebiet: Verkaufstraining/Ausbildung zum Verkäufer
  
- **Küchen-Corporation**  
Beratung/Personaltraining  
Ansprechpartner: Hans-Hermann Meentzen  
Siegenweg 26  
57299 Burbach  
Spezialgebiet: Küchen-Verkauf mit KPS/Küchen-Abwicklung mit KPS/Küchen-Logistik mit KPS.
  
- **Unternehmensberatung Erhard Schreier - Ausliefern mit Herz und Verstand**  
Ansprechpartner: Erhard Schreier  
Bachstr. 17  
35767 Breitscheid  
e-mail: eeschreier@aol.com  
Spezialgebiet: Training für Auslieferungsschreiner und Kundendienstmitarbeiter im Möbelhandel
  
- **Anhalt & Goedecke GbR**  
Ansprechpartner: Ulrich Anhalt und Andreas Goedecke  
Luisenstraße 32  
59320 Ennigerloh  
DBSG „Die beste Strategie gewinnt“  
Spezialgebiet: Reklamationsmanagement Kundendienst innen

lohnungssystem nach qualitativen Kriterien ausgerichtet. „Die Prämie der Auslieferungsfahrer etwa orientiert sich nicht primär am Auslieferungswert sondern an der Zahl der zufriedenen Kunden. Damit gewährleisten wir, dass sich die Mitarbeiter immer voll einsetzen, und Reklamationen nicht unter den Tisch fallen lassen. Erst wenn ein Beanstandungsfall positiv gelöst wurde, bekommt der entsprechende Fahrer auch seine Provision“, erklärt Roy Fishman das System. Er skizziert damit aber nur einen Teil der leistungsorientierten Entlohnung. Ein weiterer ist z. B. die Inkasso-Prämie. „Sind die Kunden zufrieden, zahlen sie auch schneller.“

Zwischenbilanz: „Aus meiner jetzigen Sicht im dritten Schulungsjahr kann ich bereits ein positives Resümee ziehen. Wir werden trotz der schwierigen, konjunkturellen Situation an dem Konzept festhalten. Gerade jetzt müssen wir aktiv sein, um top aufgestellt zu sein, wenn die Nachfrage wieder anzieht.“

Rita Breer

**Unternehmensgruppe Sommerlad**

- **Standort Gießen, Schiffenberger Tal, Hauptsitz**  
3 Vertriebslinien: Konventionell, SOhappy (junges Wohnen), SOmit (SB)  
auf 32.000 qm VK-Fläche, Hochregallager ca. 30.000 qm.
- **Wohnmaxx Gießen**  
Konzept: Juwo meets SB, eigenständiger Marktauftritt, getrenntes Lager, spezielles Personal, eigener Fuhrpark, tritt bewusst auch als Wettbewerber zu Sommerlad auf  
12.000 qm VK-Fläche, 10.000 qm Lagerfläche
- **Standort Fulda**  
3 Vertriebslinien: Konventionell, SOhappy, SOmit  
auf 20.000 qm VK-Fläche, Hochregallager ca. 15.000 qm
- **Standort Darmstadt**  
SOhappy 5.000 qm VK-Fläche, 3.000 qm Hochregallager
- **Standort Wetzlar**  
SOmit 2.500 qm VK-Fläche, 2.000 qm Lagerfläche
- **Sommerlad Logistik**  
30.000 qm Auslieferungslager in Gießen