

# Eiskalt an Aufträge kommen

➔ **AKQUISE** Kaltakquise, wie sie anders geht: Unser Erfahrungsbericht der Rayhle Mal- und Farbtechnik aus Schorndorf zeigt, wie man mit Leidenschaft, Professionalität und dem richtigen Partner an Aufträge kommt.

**A**nfang September 2013 hatte Steffen Rayhle ein komisches Gefühl. So ruhig war es um diese Jahreszeit selten gewesen. Normalerweise konnte sich der Malermeister und Inhaber des traditionsreichen Schorndorfer Familienbetriebs Rayhle bis hinein in den November kaum vor Fassadenaufträgen retten. Aber nun war es ruhig, viel zu ruhig. »Wir müssen etwas tun«, besprach er sich mit seiner Frau Corinna, die unter anderem für das Marketing der Firma mitverantwortlich ist, und schlug eine Rundmail an Stammkunden vor. Corinna Rayhle,

im Nebenberuf Vorsitzende der Unternehmerfrauen im Handwerk Rems-Murr-Kreis e. V., ist eigentlich eine engagierte Macherin. Doch an dieser Stelle bremste sie ihren Mann – mit einer besseren Idee. Statt wahllos in allen Kundengruppen um Aufträge zu werben, erschien ihr das Akquirieren bei einer bestimmten Art von Auftraggebern viel sinnvoller.

**Auf eine lukrative Kundengruppe konzentriert** »Wir arbeiten seit Jahren mit Hausverwaltungen bei Außen- und In-

nenarbeiten zusammen«, erklärt Steffen Rayhle, »und wir schätzen bei diesen Kunden sowohl den regelmäßigen Bedarf, den sie durch ihre Vielzahl an Objekten haben, als auch das saisonunabhängige, planbare Geschäft.«

2013 jedoch hatten sich zwei Hausverwaltungen aus dem Pool der Kontakte verabschiedet. »Bei diesen beiden hatte jeweils der Ansprechpartner gewechselt, die neuen Verantwortlichen brachten ihre eigenen bevorzugten Handwerksbetriebe mit«, präzisiert Corinna Rayhle.

Schnell überzeugte sie ihren Mann, dass eine gezielte Akquise bei ganz neuen Hausverwaltungen der richtige Weg sein könnte. Nur einen Haken hatte die Sache: Weder Steffen noch Corinna Rayhle sehen sich als die geborenen Erst-Kontakter, schon gar nicht, wenn es ums »Klinkenputzen« geht. Da erinnerte sich Corinna Rayhle daran, von einem Angebot namens »Kundenjäger« gehört zu haben. Sie rief an und holte mit Matthias Eigel das fehlende Puzzlestück für ihre Kaltakquise mit ins Boot – einen Fachmann, dessen Stärke in pragmatischer Strategie und dem Kontakten von neuen Kunden liegt. Bereits drei Wochen nach dem Anruf war Matthias Eigel für die Rayhles bei den ersten Hausverwaltungen unterwegs.



**Kundenjäger vor dem Einsatz: Matthias Eigel nimmt Firmenunterlagen und die Präsente in Empfang ...**

## Ohne Vorankündigung auf der Matte stehen

Schon beim ersten Gespräch entstand das wirkungsvolle und durch seine Einfachheit auch für einen Betrieb mit zwölf Mitarbeitern stemmbare Kaltakquise-Konzept. Corinna Rayhle bereitete mit ihrer Mitarbeiterin Sandra Große die Adressen und Ansprechpartner interessanter Hausverwaltungen im Umkreis von 30 km um Schorndorf vor. »Wir haben unsere bekannten Kontakte durchforstet, aber auch im Internet recherchiert und ganz besonders darauf geachtet, dass die Objekte der jeweiligen Hausverwaltungen zu unseren Kapazitäten passen«, führt Corinna Rayhle aus. So kamen rund 30 Unternehmen zusammen. Ausgestattet mit einem Präsent als Sympathieträger, einer Informationsmappe zum Leistungsspektrum der Firma Rayhle und in Mitarbeiterkleidung des Malerbetriebs fuhr Matthias Eigel ohne telefonische Vorankündigung die Adressen an und bahnte die Kontakte an.

Bis zu zehn Besuche am Tag waren so machbar, was für die Rayhles unter dem

Strich einen sehr überschaubaren Honoraraufwand für den Kundenjäger bedeutete. »Bewusst haben wir darauf verzichtet, zuerst einen Werbebrief zu schicken oder den Telefonkontakt vorzuschalten«, betont Matthias Eigel. So war der Überraschungsmoment auf seiner Seite.

## Der persönliche Besuch hat unschlagbare Vorteile

Überraschend ist auch, von welchen Reaktionen der Marketing-Fachmann berichtet. »Von den 30 Ansprechpartnern bei den Hausverwaltungen habe ich 25 direkt angetroffen – und bin bei keinem, wie viele beim Gedanken an die Kaltakquise befürchten, hochkant wieder rausgeflogen.« Im Gegenteil – mehr als die Hälfte der Besuchten nahmen sich Zeit für ein ausführliches Gespräch, bei dem Matthias Eigel die Stärken von Rayhle Mal- und Farbtechnik vorstellen konnte. Besonders beim Service-Verständnis der Firma Rayhle, die speziell bei Arbeiten in Mehrfamilienhäusern auf ein gutes Einvernehmen mit den Bewohnern abzielt, wurden die An-

## STECKBRIEF

Rayhle Mal- und Farbtechnik hat in und um Schorndorf schon in der dritten Generation einen sehr guten Namen für hochwertige Maler- und Lackiererarbeiten im Innen- und Außenbereich. Private und gewerbliche Auftraggeber schätzen die Farbgestaltungs-kompetenz, die Inhaber Steffen Rayhle besonders am Herzen liegt, ebenso wie die Spezialleistungen, z. B. exklusive Oberflächenbeschichtungen, die Koordination sämtlicher Gewerke und die Schimmelsanierung mit ihren hohen Qualitätsstandards. [www.rayhle.com](http://www.rayhle.com)

Seit Herbst 2013 geht die Firma Rayhle bei der Akquise von besonders interessanten Zielgruppen neue Wege und bedient sich der Unterstützung des Kundenjägers Matthias Eigel. Im Namen des Betriebs bahnt er die Kontakte persönlich an und begleitet seine Betriebe auch danach bei der Kundengewinnung und -pflege. Kontakt: Fon (0 71 42) 77 05-0. [www.kundenjaeger.de](http://www.kundenjaeger.de)

Qualität für Handwerker

# „Wenn Sie schon alles machen, dann auch alles richtig.“

Christine Schönherr, 27, Schönherr – die Malerwerkstatt, Oberkochen



## Die Komplettlösung für jede Wand

Henkel

Von Grund auf perfekt: Das Metylan System bietet von Spezialmaterialien zur Untergrundvorbereitung über Spachtelmassen bis hin zu Tapetenkleistern optimal aufeinander abgestimmte Produkte. So begegnen Sie mit Metylan jeder Herausforderung und schaffen technisch saubere Lösungen in höchster Qualität.

## Das Metylan System: Profis unter sich.



... und macht sich auf den Weg ...

sprechpartner hellhörig. »Wir wollen den Hausverwaltungen ihr Leben auch dadurch erleichtern, dass Sie keinerlei Beschwerdestress während unserer Arbeiten haben«, erklärt Corinna Rayhle. Beim persönlichen Besuch konnte Matthias Eigel zudem direkt ermitteln, was den jeweiligen Ansprechpartnern darüber hinaus wichtig ist und »wie sie ticken«.

Nach jedem Besuchstag erhielt Corinna Rayhle von Matthias Eigel kurze Protokolle,

die die Kontaktdaten, atmosphärische Eindrücke, das Gesprächsergebnis und Hinweise zum weiteren Vorgehen enthielten. Diese Informationen wurden sofort in die Kontaktdatenbank eingepflegt, und die mit den möglichen Neukunden vereinbarte direkte Vorstellung von Steffen Rayhle oder die nächste Kontaktaufnahme auf Termin gelegt.

Bereits nach wenigen Wochen zeigten sich belastbare Ergebnisse, die dem unge-

wöhnlichen Vorgehen Recht geben: »Für neun von 30 kontaktierten Hausverwaltungen haben wir Anfragen vorliegen, von drei weiteren Hausverwaltungen haben wir direkt schon Aufträge mit beträchtlichem Volumen ausgeführt«, freut sich Corinna Rayhle. In Zahlen beträgt die Erfolgsquote also schon jetzt satte 40 % Rückmeldungen und einen Auftragserfolg bei 10 % der Umworbene. »Das ist natürlich ein Werbeerfolg, von dem man bei Anzeigenschaltungen oder anderen herkömmlichen Marketingaktionen nur träumt«, meint Corinna Rayhle.

### Auf die Feinheiten kommt es an

Kann jeder mit dieser Akquisemethode solchen Erfolg haben? »Grundsätzlich ja«, bestätigt Matthias Eigel, allerdings: »Entscheidend ist, dass die Sache mit viel Liebe zum Detail, pragmatisch und konsequent angepackt wird, so wie bei der Firma Rayhle.« Ein Gespür für die Feinheiten bewies Corinna Rayhle beispielsweise beim Akquisepäsent: Fabrikneue Lackdosen erhielten ein speziell gestaltetes Rayhle-Etikett, und hinein kamen handgemachte, hochgradig leckere (und nicht ganz günstige) Champagner-Trüffel aus einer örtlichen Confiserie. »Diese Pralinendosen waren nicht nur ein Eisbrecher, sondern enthielten eine starke Aussage über die Firma Rayhle, die wortwörtlich durch den Magen geht«, bestätigt Matthias Eigel. Das mit Rayhle-Logo bestickte Hemd, in dem Matthias Eigel auf Kundenjagd ging, rundete das stimmige Bild ebenso ab wie die jeweils auf die Ansprache der Hausverwaltungen abgestimmten Oberflächenmuster, die Matthias Eigel beim Erstkontakt präsentieren konnte. Auch die 2013 neu gestaltete Webseite trug zur professionellen Außenwirkung bei.

All diese Einzelheiten, bis hin zum Informationsaustausch während der Besuchsphase, der prompten Bedienung der Wünsche, die die Ansprechpartner geäußert hatten, und dem bis jetzt währenden ständigen Dranbleiben an den inzwischen warmen Kaltkontakten regeln Corinna Rayhle und ihr Kundenjäger auf dem kleinstmöglichen Dienstweg. So bleibt die auftragswirksame Dynamik bestehen. »Zwischen uns stimmt die Chemie und vor allem auch das Vertrauen«, sagt Corinna Rayhle über die Zusammenarbeit. »Jeder der Besuchten war über-



→ Corinna Rayhle, Ehefrau im Betrieb

**»Über 10 % Auftragsquote mit Kaltakquise – davon kann man bei herkömmlichen Marketingaktionen nur träumen«**

## DAS WÜNSCHT IHR KUNDE!

### Mit Akquise zum Wunschkunden

Persönliche Akquise ist – wie das Beispiel von Rayhle Mal- und Farbtechnik zeigt – nicht nur ein Instrument, um an irgendwelche Aufträge zu kommen – sondern an die Wunschaufträge von Wunschauftraggebern. Anders herum aufgeklärt, haben auch die Kunden sehr viel davon, wenn sie persönlich umworben werden:

■ **Austauschbare Leistung erhält ein Gesicht:** Sympathie spielt bei der Wahl des Handwerks eine große Rolle. Stellt sich ein Maler persönlich – oder mittels des Kundenjägers – vor, entsteht eine zwischenmenschliche Brücke. Der umworbene Kunde fühlt sich wertgeschätzt und wird, wenn die Chemie stimmt, von Anfang an eine ganz andere Loyalität zum Betrieb entwickeln.

■ **Vorstellungen und Bedarf können direkt ausgetauscht werden:** Schon beim ersten Kennenlernen hat der mögliche neue Kunde die Gelegenheit, sich ein Bild von der Leistungsfähigkeit und der Mentalität des Betriebs zu machen. Auf kleinstmöglichem Dienstweg können so konkrete Informationen ausgetauscht werden.

■ **Persönliche Akquise spart dem Kunden Zeit und Aufwand:** Besonders Auftraggeber mit Dauerbedarf sind ständig auf der Suche nach vertrauenswürdigen, guten Handwerksbetrieben. Eine Initiativvorstellung im Zuge einer persönlichen Akquise erspart Ihrem Gegenüber die langwierige Suche.

zeugt, dass Matthias Eigel schon lange fester Bestandteil unseres Teams ist – und inzwischen ist er das ja auch tatsächlich.«

#### Ein gang- und steuerbarer Weg

Steffen und Corinna Rayhle wollen es nicht bei dieser einmaligen Akquise belassen. Derzeit wenden sie dasselbe Modell an, um interessante Aufträge für ihre Lackiererei bei Schreinereien sowie Messe- und Ladenbauern an Land zu ziehen. Auch hier funktioniert das Prinzip: Die ersten Geschäftspartnerschaften sind bereits entstanden. »Das

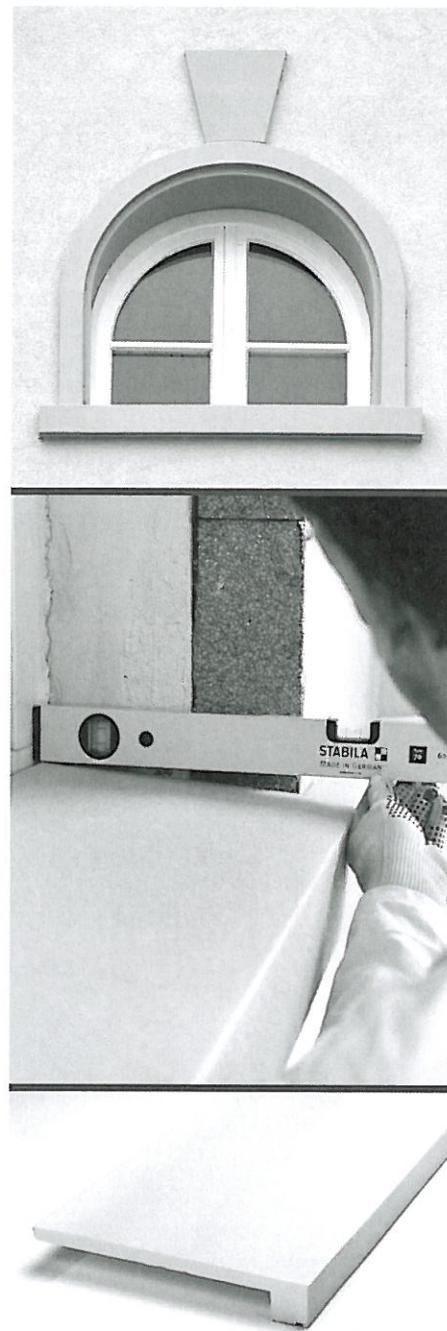
Schöne an dieser Art der Akquise ist, dass sie direkt persönliche Brücken herstellt, man sich sehr gut von den Mitbewerbern unterscheiden und zudem die Akquise punktgenau steuern kann – sind genügend lukrative Kontakte entstanden, kann man einfach pausieren«, fasst Matthias Eigel zusammen. Und Corinna Rayhle ergänzt: »Dieser ausgefallene Weg liegt uns, weil wir unkompliziert und schnell entschlossen sind. Und offensichtlich ist es genau der ungewöhnliche Weg, der auch bei Kunden gut ankommt.«

Matthias Eigel



... natürlich im Firmenfahrzeug und im schwarzen Firmenhemd. Der Auftritt beim Kunden ist perfekt

Fotos: Bernd Wipper/Karlsruhe



### NEU: DOMOSTYL® FENSTERBÄNKE

- Eingebautes Gefälle
- Wärmebrückenreduzierung bis zu 91 %
- Schlagwettertest gemäß DIN EN 1027
- Extrem harte Oberfläche
- Leicht & schnell zu verarbeiten

**nmc**

Architektur & Design  
[www.nmc-dekowitz.de](http://www.nmc-dekowitz.de)