

# Wertsteigerung mit Wunschd

Eine ganz normale Digitalkamera reicht ihm völlig. Damit schießt Jens Schmegel Dachfotos bei seinen potenziellen Kunden. Nach der Bearbeitung am Computer sieht es so aus, als hätten die Häuser ein neues Dach, mit Pfannen, Gauben oder Rinnen nach Wahl. „Die Kunden reagieren sehr positiv auf die Simulation. Sie haben eine viele bessere Vorstellung, wie ihr künftiges Dach aussehen könnte“, sagt der 40-jährige Dachdeckermeister. Denn vorher beim ersten Beratungsgespräch ist das oftmals noch nicht der Fall. „Da möchte die Frau lieber eine glasierte und der Mann womöglich eine klassische rote Frankfurter Pfanne“, weiß Schmegel, dass die Wünsche auseinander gehen. Da macht er vom Foto eben zwei Varianten, druckt sie mit seinem Logo aus und legt sie ganz vorne in die Angebotsmappe, die er persönlich vorbei bringt. So können die Kunden vergleichen und sich Schritt für Schritt ihrem Wunschdach annähern.

## Kunden ernst nehmen

Schmegel lässt ihnen Zeit. Er berät leidenschaftlich gerne und ist ein Überzeugungstäter in Sachen Kundenorientierung. So führt er im Angebot alle Einzelpositionen auf, von der Einrüstung über die Materialien bis zur Eindeckung. „Ich biete zunächst Standards an, damit die Kunden ein Gefühl für den Preis bekommen“, erläutert der Dachdeckermeister. Dann könne man gemeinsam schauen, wo noch etwas verändert wird, ob vielleicht doch eine Kupferblende schöner aussieht. Schmegel setzt auf Transparenz. Erst wenn die Kunden sagen: Das gefällt mir, ist er zufrieden. Fast jedenfalls. Denn danach fährt er mit ihnen an einem Wochenende in die Region, damit sie die Wahl noch einmal am realen Objekt

überprüfen können. Für Schmegel ist der Kunde König – auch wenn der Aufwand nicht immer mit einem Auftrag belohnt wird. Beim ersten Termin auf der Baustelle ist er immer dabei und stellt den Vorarbeiter und sein Team vor. Und nach Abschluss der Arbeiten macht Schmegel auch die Abnahme. „Da fühlen sich die Kunden einfach ernst genommen“.

Bei Schmegel Bedachungen können Interessenten schon auf Fotodrucken in Augenschein nehmen, wie ihr Dach künftig aussieht. Besten Service von der Beratung bis zur Abnahme hat sich der Betrieb auf die Fahnen geschrieben.



■ Jens Schmegel setzt auf Lagerhaltung, um seinen Einkauf unabhängiger von Preisschwankungen zu machen.

■ Vorher/Nachher: Interessenten können das neue Dach vorab schon einmal auf Fotopapier in Augenschein nehmen.



# ächern



■ Nur noch am Schornstein lässt sich die Dach-Simulation erkennen. Jens Schmegel arbeitet mit FotoPlus von Braas.



Die Fotos bearbeitet er am Sonnabend oder Sonntag. In der Woche bleibt dafür keine Zeit. Seit sechs Jahren greift der 40-Jährige auf das Angebot von Braas zurück. FotoPlus heißt die Software. Schmegel hat die Schulungen besucht und sich Feinheiten nach und nach angeeignet. „Die Qualität wird immer besser, heute ist eine farbgetreue, sehr gute und realistische Darstellung möglich“. Software nutzt Schmegel ganz selbstverständlich – EDV ist für seine Generation von Dachdeckern ein wichtiges Instrument im Unternehmen. Erhält er den Auftrag, arbeitet Schmegel fast nur mit Festpreisen. „Ich schaue mir das Dach vorher an. In den meisten Fällen sind keine Überraschungen zu erwarten“. Und der Dachdeckermeister in der dritten Generation führt nur fachgerecht aus, ohne Kompromisse bei der Qualität. Das bespricht er auch mit dem Kunden – ganz offen. „Wenn das Dach nur irgendwie repariert wird – was hat der Kunde da für einen Nutzen? Gar keinen“, sagt Schmegel. „Er gibt Geld aus und hat keine Wertsteigerung. Das verstehen die Kunden“.

Und natürlich stehen auch der eigene Ruf und die eigene Existenz auf dem Spiel. „Es gibt 30 Jahre Planungshaftung. Kann sein, dass ein Kunde nach zwei Jahren verkauft. Der neue Besitzer macht eine Thermografie, die heute kaum noch etwas kostet. Dann steht die Frage im Raum: Wer hat das gemacht?“, skizziert Schmegel ein Szenario. Doch diese Frage soll ihm keiner stellen können. Preisdumping auf Kosten fachgerechter Ausführung läuft ohne Schmegel Bedachungen.

## Netzwerk für Empfehlungen knüpfen

Die Philosophie hat sich längst herumgesprochen, auch wenn der Firmensitz mitten in der platten norddeutschen Tiefebene liegt, in Deinstedt bei Zeven – auf halber Strecke zwischen Bremen und Hamburg. „Rund die Hälfte unserer Aufträge kommen über Empfehlungen. Da haben Interessenten unsere Arbeit gesehen“, berichtet Schmegel. Wo es passt, belohnt er die Kunden mit einer kleinen Provision und einem kostenlosen Dachcheck für die Empfehlung. Denn eine Empfehlung ist Gold wert und eben keinesfalls selbstverständlich. Generell hat Schmegel ein Netz an Kontakten geknüpft, über das weitere Aufträge herkommen.



Er setzt auf sogenannte Multiplikatoren, wie Architekten oder Baugesellschaften. Er hat alle in der Region angeschrieben und sich vorgestellt, als er den väterlichen Betrieb 1995 übernahm. Diese Form des Marketings hat sich ausgezahlt. „Ein Architekt hat mir die Tür zu öffentlichen Aufträgen in Hamburg geöffnet, nachdem er eine Arbeit von mir gesehen hat. Und für einen Bauträger in der Region decken wir jedes Jahr eine bestimmte Anzahl an Dächern“, sagt Schmegel.

Ausgezahlt hat sich bei diesen Kooperationen, dass Schmegel sich bereits 2001, als es noch nicht in Mode war, zum Gebäudeenergieberater weiterbildete. Dieses Know-how konnte er einbringen und gerade die Architekten „haben das gerne angenommen“, erklärt der Dachdeckermeister. Anfangs hatte er sich mehr von der Qualifizierung erwartet. Doch nur Beratungsaufträge gibt es kaum. Es ist mehr ein Zusatznutzen den Schmegel bieten kann – den Architekten und Bauträgern, aber auch den Privatkunden, denen er eine Dachsanierung aus einer Hand bietet. „Wir haben Zimmerleute und machen Bauklempnerei mit eigenem Maschinenpark inklusive Tafelschere und Profiliermaschine“, erläutert Schmegel.



„Das wir alles anbieten können, hat uns hochwertige Aufträge gebracht“. Und überall, wo seine Mitarbeiter vor Ort sind, wird Werbung gemacht. Die Lehrlinge verteilen bei den Nachbarn Türhänger und Flyer. Nach dem Motto: Schaut Euch doch mal an, was wir alles können. „Es melden sich oft Interessierte“, weiß Schmegel.

■ **Jens Schmegel schwört auf Teamgeist und die Familie. Motivierte Mitarbeiter begeistern die Kunden, Ehefrau Dagmar ist die Bürochefin und Tochter Emma schaut öfter mal im Büro vorbei.**

Ganz im Gegenteil zur Anzeigenwerbung, die er für teuer und ineffektiv hält. Seinen Betrieb hat der Dachdeckermeister seit 1995 stetig weiterentwickelt. Am Anfang waren sie zu viert: Schmegel, sein Vater und zwei Gesellen. Heute arbeiten bei ihm zwölf Mitarbeiter. Teamgeist ist dem 40-Jährigen ganz wichtig. Das Kernteam bilden dabei Schmegel und seine Frau Dagmar, die das Büro managt. Auf dem Flyer blicken sie gemeinsam in die Kamera – beide betreuen Kunden, sie am Telefon, er vor Ort. Seinen Mitarbeitern bietet Schmegel ein gutes Betriebsklima. „Alle sind gut ausgebildet, gut bezahlt und motiviert“. Das ist die Voraussetzung, um für Kunden beste Qualität und ebensolchen Service realisieren zu können. Die beiden Standbeine des Betriebs liegen in der Altbau- sowie der Flachdachsanierung.





## Ein echter Familienbetrieb

Schmegel Bedachungen ist ein echter Familienbetrieb. Wohnen, Leben und Arbeiten gehen Hand in Hand – räumlich und im Alltag. Die Schmegels haben direkt neben dem Firmengebäude auch privat gebaut. Der Vater wohnt gegenüber auf der anderen Straßenseite und hilft noch im Lager und bei den Bestellungen mit. Die Atmosphäre ist offen und einladend, auch die 15 Monate alte Tochter Emma spaziert schon mal im Büro herum. Um Zeit mit ihr zu haben, legt Schmegel um 17 Uhr eine Pause ein und arbeitet weiter, wenn Emma schläft. Das ist ihm wichtig. Schmegel ist keiner, der stöhnt oder damit kokettiert, wie viel er arbeitet. Er packt die Dinge an.



So hat er eine neue zweite Halle gebaut, finanziert über eine Photovoltaikanlage auf dem Dach. Dort lagert er, was er an Material braucht. Auch auf Vorrat, um sich unabhängiger zu machen vom Auf und Ab der Rohstoffpreise. „Nehmen wir ein Kupferstandrohr. Das kostet heute 65 Euro, auf dem Höchststand waren es 95. Ich beauftrage die Metallabteilung der Dachdecker Einkauf Nordwest die Preise im Blick zu behalten und im günstigen Moment zu kaufen“, berichtet Schmegel. Dank der neuen Halle kann er größere Mengen abnehmen. Der 40-jährige lässt das Kapital im Betrieb und investiert in moderne Maschinen, in neue Fahrzeuge und eben in Material. „Ich kann beim Einkauf Skonto ziehen. Das ist ein echter Vorteil“, erläutert Schmegel.



# RHEINZINK®

Sanierungsbeispiel: Mövenpick Hotel, Hamburg, Deutschland

## RHEINZINK® schützt Werte auf ästhetische Weise

Auch an Gebäuden geht die Zeit nicht spurlos vorüber. Wind und Wetter fordern ihren Tribut. Mit einer Dachdeckung oder einer Fassadenbekleidung aus RHEINZINK® setzen Sie ein Zeichen, das Funktion und Ästhetik gleichermaßen garantiert. Ob im Rahmen einer Sanierung oder am Neubau. RHEINZINK® harmonisiert stilvoller mit nahezu allen Baustoffen. Zudem leistet der nachhaltige Werkstoff einen bedeutenden Beitrag zum Gebäudeschutz, denn gerade dort, wo Wind und Wetter besonders ungehindert einwirken, lässt sich die Bausubstanz mit RHEINZINK® zu ökonomischen Bedingungen schützen. Ein Leben lang. Für Generationen. Auf ökologische Weise. Die 30-jährige RHEINZINK®-Garantie schafft zusätzliche Sicherheit.

Gerne übersenden wir Ihnen detaillierte Informationen über die vielfältigen RHEINZINK®-Lösungen. Mehr über nachhaltiges Bauen erfahren Sie unter [www.designing-nature.de](http://www.designing-nature.de)



RHEINZINK GmbH & Co. KG  
Postfach 1452, 45705 Datteln, Germany  
Tel. +49 (23 63) 605-0, Fax: +49 (23 63) 605-209  
E-Mail: [info@rhein-zink.de](mailto:info@rhein-zink.de), [www.rhein-zink.de](http://www.rhein-zink.de)



RZ\_38574C0