

# Markt

# Impulse

4 / 2008

Das Magazin des Brillux KundenClubs

## ■ Farbgefühl statt Farbrausch

Psychologin Karin Hunkel berät umfassend

## ■ Die Farben der Zukunft

Interview mit Trendforscher Prof. Dr. Wippermann

## ■ Erfolg mit Einfühlungsvermögen

Malerwerkstätten Rebel & Sohn setzen auf Kundenvertrauen

aner +++ Deutscher Fassadenpreis 2008: die Gewinner +++ Deuts

# Erfolg mit Einfühlungsvermögen

Bei den Münchener Malerwerkstätten Rebel & Sohn steht Kundenvertrauen im Mittelpunkt

*Eigentlich ist Farbberatung ganz einfach. „Das Bauchgefühl muss stimmen“, sagt Malermeister Klaus Rebel. Doch bis es mit dem Bauchgefühl auch wirklich passt, kann es manchmal ein langer Weg sein. Auf dem spielt die Psychologie eine wichtige Rolle. „Einfühlungsvermögen ist ganz wichtig, um erfolgreich zu sein“,*

*sagt Klaus Rebel. Und Erfolg hat er zweifellos mit seinem Betrieb im Münchener Stadtbezirk Sendling, den sein Urgroßvater Ernst Rebel vor über 100 Jahren gegründet hatte. Das macht bereits ein Blick auf die Website des Unternehmens deutlich, bei der das Hotel Vier Jahreszeiten ebenso wie das Feinkosthaus Dall-*

*mayr oder BMW als Referenzen zu finden sind. Mittlerweile ist es eine Firma mit 80 Mitarbeitern, die Klaus Rebel als Geschäftsführer der Rebel & Sohn GmbH Malerwerkstätten leitet. Neben kreativen Maltechniken gehört die Betonsanierung zu den Spezialgebieten des Betriebes.*

*Ein besonderes Erfolgsgeheimnis gibt es nicht. „Wir sind zu 90 Prozent ein Dienstleister“, sagt Klaus Rebel. „Wir verkaufen keine teuren Marmorplatten, unser höchstes Gut sind die guten, geschulten Mitarbeiter, die sich höflich und freundlich den Kunden gegenüber verhalten.“*

## Der Kunde ist König

Die Wünsche der Kunden stehen für Klaus Rebel immer an vorderster Stelle. Farbgestaltung beginnt bei ihm immer mit dem intensiven Gespräch in den Räumlichkeiten des Kunden. „Das richtige Raumgefühl bekommt man nur vor Ort“, weiß der Malermeister. Dort erfährt er außerdem am besten, mit welchem Kundentyp er es zu tun hat. „Der perfekte Manager will beispielsweise keine Apricotöne, sondern ein Off-white mit einigen farbigen Akzenten“, nennt er einen typischen Fall aus der Praxis. Anders die gut situierte Familie mit Kindern, bei der ein mediterraner Landhausstil mit Sand- und Honigtönen und schönen Stuckleisten die richtige Wahl sein kann. Ganz wichtig ist es für ihn, einen eigenen Standpunkt zu haben, aber dennoch die Meinung des Kunden zu akzeptieren. „Der Kunde muss zunächst einmal bis zur letzten Silbe ausreden, erst dann kann ich meine Auffassungen äußern“, lautet seine Philosophie. „Die Kunden haben zwar meist konkrete Vorstellungen, lassen



*Kreative Maltechniken gehören zu den Spezialgebieten von Rebel & Sohn Malerwerkstätten – und eine gute Portion Einfühlungsvermögen.*

*Erfolgreicher Geschäftsführer der Rebel & Sohn GmbH Malerwerkstätten, Klaus Rebel*



sich aber durchaus für andere Ideen begeistern“, hat Klaus Rebel festgelegt. „Das gefällt mir ausgezeichnet“, solche Reaktionen hat er schon oft bekommen, beispielsweise wenn er den Kunden neue Metalltechniken präsentiert hat. Anders ist es, wenn ein Architekt eingeschaltet ist. „Dann haben die Argumente des Architekten eindeutig Vorrang“, sagt der Malermeister. Viele Architekten seien aber froh über konstruktive Vorschläge. Das, und da sind wir wieder beim Thema Psychologie, sei alles eine Frage des Fingerspitzengefühls.

Klar, dass bei einem so großen Betrieb die Lasten verteilt sein müssen. Vier Abteilungsleiter und ein stellvertretender Geschäftsführer, die weitgehend eigenständig arbeiten, gehören zu Rebels Team und beraten die Kunden in Sachen Farbgestaltung. Aber natürlich gibt es auch viele Kunden, bei denen er als Chef selbst gefordert ist.

Auf der Website des Betriebes ist auch der Farbdesigner von Brillux ver-

linkt. „Ich weise den Kunden oft darauf hin, dass er mit dem Farbdesigner verschiedene Varianten ausprobieren kann ([www.farbdesigner.de](http://www.farbdesigner.de)). Das macht Spaß und vermittelt ganz neue Raumgefühlserlebnisse“, schätzt Klaus Rebel das virtuelle Werkzeug. In schwierigen Fällen lässt er die Farbwirkung im Brillux Farbstudio in München demonstrieren. Ansonsten aber ist die Bemusterung am Objekt das wichtigste Mittel, um dem Kunden eine bestmögliche Vorstellung von dem späteren Ergebnis zu vermitteln. Erst wenn der Kunde voll und ganz überzeugt ist, erfolgt die Umsetzung.

### **Gutes Auftreten ist wichtig**

Bei seinen Mitarbeitern achtet Klaus Rebel auf ein gutes Auftreten. Da hält er es mit dem Lehrer für Körpersprache Samy Molcho: „Der erste Eindruck entscheidet über Sympathie und Antipathie.“ Also verlangt er ein gepflegtes Erscheinungsbild, gute Umgangsformen und Pünktlichkeit.

Da er viele Stammkunden hat, weiß er aus Erfahrung, welche Mitarbeiter zu welchem Kunden passen. „Der Kunde soll sich von Anfang an betreut und in guten Händen fühlen“, lautet Rebels Credo. Eine Schlüsselfunktion kommt dabei dem Vorarbeiter zu. „Mit ihm steht und fällt die Baustelle“, sagt Klaus Rebel.

Ist der Auftrag erledigt, erhält der Kunde einen Fragebogen, in dem er eintragen kann, wie zufrieden er beispielsweise mit Termineinhaltung,

Sauberkeit und natürlich auch Qualität der Ausführung war. Ist der Kunde einmal – was zum Glück selten vorkommt – nicht zufrieden, dann greift Klaus Rebel sofort zum Telefonhörer und fragt nach, was schief gelaufen ist. „Das ist Chefsache“, stellt er klar. Meist lässt sich das Problem nicht nur aus der Welt schaffen, sondern die anfängliche Unzufriedenheit kippt um in eine längerfristige Geschäftsbeziehung. Denn letztlich ist auch gutes Beschwerdemanagement nichts anderes als eine Frage der Psychologie.