



Beim Karosserie- und Lackierfachbetrieb Harald Mader in Reutlingen lobt man nicht nur den Service bei WMSE, sondern auch die große Auswahl an Kfz-Teilen und Zubehör. (Foto: Evelyn Becker)

Marco Eichhorn packt bei Problemen auch selbst mit an. Zusammen mit Lackierer Sergej Kaal geht der Außendienstler auf Fehlersuche. Das gehört zum Service dazu. (Foto: Evelyn Becker)

Bestellt, beliefert und gut beraten

Lacke und Zubehör zuverlässig zu liefern, ist eines. Die Aufgaben eines Lackhändlers reichen aber darüber hinaus. Wir begleiteten einen Vertriebs-Außendienstler von WMSE auf seiner Tour.

Wenn in der Werkstatt noch alles ruhig und dunkel ist, herrscht im Teilelager der WMSE in Reutlingen schon reger Betrieb. Ware kommt, wird systematisch in die meterhohen Regale einsortiert, Bestellungen werden in Transportkisten geräumt und in die Fahrzeuge geladen. Punkt acht Uhr verlassen dann die ersten Bestellungen das Lager und gehen auf den Weg in die Werkstätten und Lackierereien.

„Alles was morgens eingeht, geht auch auf der ersten Tour gleich wieder raus“, so Harry Lutz, Verkaufsleiter von WM Reutlingen. Was es dafür braucht: Acht

Fahrer, acht Autos, acht Touren, insgesamt viermal täglich. „Wir liefern ‚Just in Time‘. Das ist unser großer Vorteil als Händler“. Letzte Tour am Standort Reutlingen: 15:30. „Damit erreichen wir mehr Kunden als unsere Marktbegeleiter“, erklärt Lutz. „Neben dem breiten Sortiment, einer guten Aufstellung und eigenen Technikern ist dies nur ein Element, das unseren besonderen Service auszeichnet“.

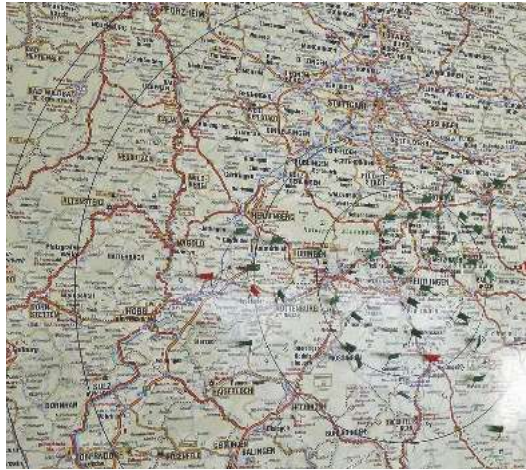
Raus gehen und Gesicht zeigen

Und beim Stichwort Service gibt es noch eine weitere wichtige Komponen-

te: Den Außendienst. Nicht zu unterschätzen, denn die Außendienstler übernehmen nicht nur eine Verkaufsfunktion, sie stehen im ständigen, oft sehr engen Kontakt mit den Betrieben. Sie beraten, helfen bei Problemen und halten ihre Kunden auf dem aktuellen Stand zu Produkten. „Um unseren Kunden den besten Service zu bieten, müssen unsere Wege möglichst kurz sein“, erklärt Marco Eichhorn, der bei WMSE im Vertrieb für Glasurit- und Lesonal-Lacksysteme tätig ist. Der Außendienstler ist für den Raum Stuttgart zuständig und stattet täglich bis zu acht Betrieben einen Besuch ab.

Gerade einmal zwei Straßen vom Lager entfernt, befindet sich schon die Fa. Harald Mader, die seit 25 Jahren von der WMSE beliefert wird. Der Lackierermeister dort lobt besonders die Kompetenz der Mitarbeiter sowie die große Auswahl an Kfz-Teilen und Zubehör. „Wir machen fast alle Arbeiten, von Karosserie über Spot-Repair bis zur Oldtimerrestaurierung. Aus dem Grund bekommen wir auch bis zu fünfmal am Tag Material geliefert. Bis vor einigen Jahren auch unsere Lacke.“

An einen Spezialfall in Sachen Lack erinnert er sich noch genau: „Da ging es um ein Feuerwehrauto. Bei solchen Farbtönen ist es immer etwas heikel. Beim Ausmischen des Lacks wurden wir dann wirklich gut unterstützt und am Ende hat alles gepasst.“ Und wenn



Rund 41.000 Teile befinden sich am Reutlinger Standort von WMSE. Täglich verlassen hier viermal täglich die Bestellungen das Lager. (Foto: Evelyn Becker)



Michael Tamme (li.) hat seit Jahren einen sehr engen Kontakt zu den Außendienstlern. Vertrauen ist für ihn das A und O. (Foto: Evelyn Becker)

doch mal was schief geht oder fehlt? „Kein Problem, wir haben ja auch die Handynummer vom Marco, dann wird halt schnell angerufen.“ Heute bleibt es bei einem kleinen Plausch - auch das gehört laut Eichhorn zum Job dazu - bevor es zum nächsten Termin geht.

„Wenn einen selbst nach Jahren noch Kunden von früher anrufen und um Hilfe fragen, dann hat man als Außendienstler alles richtig gemacht.“

Marco Eichhorn

Auch mal mit anpacken

„Schneller Service ist uns wichtig. Wir schicken auch manchmal einfach Bilder von benötigtem Material über WhatsApp“, grinst Sergej Kaal, Lackierer bei Kaal & Bernhardt GbR, unserer nächsten Station auf der Tour. „Punkt acht Uhr kommen die Sachen dann mit der ersten Lieferung.“ Und wenn Marco schon mal da ist, hat Sergej auch direkt eine ganz fachliche Frage: „Der Farbton stimmt einfach nicht so ganz“, erklärt der Lackierer und hält das angefertigte Farbmuster an den Kotflügel des

Wagens, der momentan in der Lackierkabine steht. „Zu bläulich!“ Marco Eichhorn zückt die LED-Lampe, schaut sich das Problem genau an und führt zusammen mit dem Betriebsinhaber eine neue Farbtonmessung durch. Am PC folgt dann die Feinabstimmung und die Fehlersuche. Eichhorn tritt vor das Mischregal und scheint das Problem gefunden zu haben: „Ich ruf mal beim Hersteller an und frag, ob sich vielleicht etwas in der Nummerierung geändert hat, das könnte die Ursache sein.“

Kompetenz und starke Nerven

Bei Thema Lack kann dem Außendienstler keiner etwas vormachen, denn er ist selbst gelernter Kfz-Lackierer. „Meine Ausbildung habe ich beim Daimler gemacht, aber das Arbeiten in der Industrie war mir auf Dauer einfach zu eintönig.“ Ebenso wichtig ist aber auch kaufmännisches Verständnis und ein gutes Auftreten. „Das wichtigste ist, dass man aufgeschlossen, locker und zuverlässig ist und“, so Eichhorn und betont: „Das ist besonders in stressigen Situationen nicht immer einfach. Wenn es ein Problem gibt, dann sind wir diejenigen, die auch nach Feierabend nochmal persönlich im Betrieb vorbeifahren und zum Beispiel den dringend benötigten Lack liefern.“ Und vor allem „immer

cool bleiben“, lacht Eichhorn und navigiert seinen Dienstwagen weiter durch den zähen Nachmittagsverkehr zu unserem letzten Stopp an diesem Tag.

Vertrauen als Basis

Michael Tamme ist mit seinem Lackierbetrieb sogar Mitglied bei „Lackprofi Plus“. Mit diesem Full-Service-Werkstattssystem steht die WMSE den Betrieben als kompetenter Partner in Sachen Werbung und Selbstvermarktung zur Seite. Das geht von der Außenwerbung über Visitenkarten, Webauftritt und Werbemittel. „Ich habe seit Jahren einen sehr engen Kontakt zu den Außendienstlern, sodass ich auch Probleme ganz offen ansprechen kann“, betont Michael Tamme. Vertrauen ist hier das A und O. „Ich frage auch nicht bei jedem Produkt nach dem genauen Preis, sondern vertraue darauf, dass ich ein gutes Angebot bekomme.“ Marco Eichhorn erzählt, wie wichtig ein gutes Verhältnis und Verlässlichkeit für die Kundenbindung sind. „Man muss sich einen Namen machen und positiv im Gedächtnis bleiben. Wenn einen dann selbst nach Jahren noch Kunden von früher anrufen und um Hilfe fragen, dann hat man als Außendienstler alles richtig gemacht.“

eb ■

www.wm.de