

DAS GANZE IM BLICK

Die Philosophie der Firma Leibbrand zeigt, wer von einer schlüssigen Unternehmensstrategie besonders profitieren kann: Kunden und Mitarbeiter zugleich.



LEIBBRAND KOMPAKT

GEGRÜNDET 1923

MITARBEITER 60, davon 10 Meister und Ingenieure

KERNKOMPETENZEN Handwerkerleistungen (Maler und Stuckateur, Raumausstatter, Boden- und Betonsanierer), Beratungsleistungen (schönes Wohnen, gesundes Wohnen, effizientes Wohnen, intelligentes Wohnen), Projektmanagement am Bau, Fachhandel für Farben und Baustoffe

ALLEINSTELLUNGSMERKMAL Komplettleistungen rund um Handwerk und Baugewerbe, die innovative Ausstellungs- und Beratungs-Location schau_raum

KONTAKT info@leibbrand.de, www.leibbrand.de

Es gibt gute Gründe, nach Schorndorf, gelegen auf halbem Weg zwischen Stuttgart und Schwäbisch Gmünd, zu kommen. Die historische Altstadt mit ihren prachtvollen Fachwerkbauten etwa zählt zu den schönsten Deutschlands. Hier findet sich auch das Denkmal für den bekanntesten Sohn der Stadt: Automobil-Pionier Gottlieb Daimler wurde 1834 hier geboren.

Für immer mehr Menschen zählt heute auch die Firma Leibbrand zu den besten Argumenten, Schorndorf einen Besuch abzustatten. Längst hat sich die 1923 von Gustav Leibbrand als reiner Malerbetrieb gegründete Firma zu einem Full-Service-Dienstleister mit besonderer Strahlkraft entwickelt.

ALLEINSTELLUNGSMERKMAL: ALLES AUS EINER HAND

Leibbrand bietet Produkte und Leistungen in vier Bereichen an, die beliebig miteinander kombinierbar sind: Maler- und Stuckateurarbeiten, Raumausstattung, Farbenverkauf und Farbberatung sowie Beton- und Bodensanierung. 60 Mitarbeiter, davon 10 Meister sowie Ingenieure, Maler und Stuckateure, Raumausstatter, Beton-, Boden- und Balkonsanierer und eine Innenarchitektin betreuen die Kunden direkt in ihrem Zuhause oder im 650 Quadratmeter großen Beratungszentrum, dem „schau_raum“.

„Hervorragend qualifizierte, motivierte Mitarbeiter sind die beste Visitenkarte für uns.“ Tobias Krämer, Marketingleiter Leibbrand

Als Komplettendienstleister im Handwerk ist die Leibbrand-Gruppe Spezialist für komplexe, gewerkeübergreifende Leistungen, zum Beispiel für baulichen Brandschutz, energetische Sanierung, Fachwerk-sanierung und Denkmalpflege, die Installation von Akustiksystemen, Schadensanierungen (Schimmel, Brand, Wasser), Balkon- und Kellersanierung oder Industriehallensanierungen.

Auf außergewöhnliche Weise vereint das Unternehmen Leibbrand, das unterschiedliche Brillux Produkte im Sortiment führt, dabei handwerkliche Qualität mit innovativem Service – und hebt sich damit von vielen Wettbewerbern entscheidend ab: mit Komplettlösungen, die auch sehr komplexen Kundenwünschen vollständig gerecht werden.

FARBEN UND PRODUKTE ERLEBBAR MACHEN

Im 2010 neu gebauten „schau_raum“ präsentiert Leibbrand in häufig wechselnden, den aktuellen Trends angepassten Ausstellungen immer neue Eindrücke von der Bandbreite seines Portfolios. Unterteilt ist der „schau_raum“ dabei in die Dienstleistungsbereiche Wandbeläge, Bodenbeläge und Farbgestaltung – mit jeweils eigenem Beratungsplatz, komplettiert durch Internetzugang und großzügige Monitore, auf denen Gestaltungsmöglichkeiten durchgespielt werden können. Große Musterplatten bringen dem Kunden die Wirkung von Farben näher und machen unterschiedliche Produkteigenschaften optisch wie haptisch erlebbar. In der integrierten Lounge hat der Kunde bei einer Tasse frisch gebrühten Kaffees die Möglichkeit, die gesammelten Eindrücke wirken zu lassen und in Ruhe über die neue Gestaltung nachzudenken; Kinder haben ihre eigene kleine Spielecke. Der zugehörige Farbenmarkt „Paletti“ grenzt direkt an den Kundenparkplatz. ▶

Kurzer Dienstweg unter Brüdern

Marketingleiter Tobias Krämer (links) und sein Bruder Frank Krämer: Der ausgebildete Maler- und Lackiermeister lenkt als Geschäftsführer die Geschicke des Mittelständlers. Zum Führungsteam gehört auch der zweite Geschäftsführer, Betriebswirt Thomas Mürdter.

Alles aus einer Hand: Von der Beratung über den Materialverkauf bis zur Umsetzung der vielfältigsten Kundenwünsche deckt Leibbrand sämtliche Leistungen ab.

Dabei werden alle der hier angebotenen Farben und Baustoffe auch bei den Arbeiten der Maler und Handwerker von Leibbrand eingesetzt. Zudem muss kein Kunde lange auf einen kompetenten Ansprechpartner warten, ausführliche Beratung genießt hier wie überall im Haus Leibbrand Priorität.

DEN KUNDEN IMMER IM BLICK

Den freundlichen und gepflegten Auftritt beim Kunden regelt der „Leibbrand-Knigge“, der Leitfaden für alle wichtigen Belange des Kundenkontakts. Alle Mitarbeiter haben eine eigene Visitenkarte mit Bild. Und nach jedem durchgeführten Auftrag können die Kunden auf einem Fragebogen ihre Meinung zur Dienstleistung äußern. Ähnlich schlüssig, durchdacht und modern wie Leistungsschau und Kundenansprache ist auch das Marketingkonzept. Viermal im Jahr werden zum Beispiel die Stammkunden von Leibbrand mit einem Saisonheft über Neuerungen im Angebots- und Leistungsspektrum, über Rabattaktionen und neue Trends informiert. Darüber hinaus gibt das Heft aktuelle Gestaltungstipps. Marketingchef Tobias Krämer legt dabei stets Wert darauf, dass Saisonhefte wie auch alle anderen Broschüren oder Flyer niemals zu kommunikativen Sackgassen werden. „Ohne Response-Elemente in den crossmedialen Kampagnen, also den Einbau von Rückkanälen für unsere Kunden, geht es nicht. Darunter verstehe ich zum Beispiel gewisse Coupon-Aktionen, natürlich nur solche, die den Beteiligten wirklichen Mehrwert bringen.“

PRÄMIERTES MARKETING

Der Heimtex-Star 2012 für den Fachhändler des Jahres in der Kategorie „Beispielhafte Servicebereitschaft“ und der Heimtex-Star 2014 in der Kategorie „Innovatives Marketing“ sprechen eine deutliche Sprache. Für Tobias Krämer sind Auszeichnungen wie diese eine „wunderbare Bestätigung unserer ganz eng am Kunden ausgerichteten Geschäftsstrategie“. Letzten Endes

IM FOKUS: MITARBEITERFÖRDERUNG

Auch deshalb hat das Thema Weiterbildung bei Leibbrand einen enormen Stellenwert. Jeder Mitarbeiter nimmt jährlich an bis zu sechs innerbetrieblichen Fortbildungsmaßnahmen teil. Für externe Schulungen stehen jedem Mitarbeiter bis zu fünf weitere Tage zur Verfügung. Altes bewahren und Neues erlernen: Auf diese Weise sind alle Mitarbeiter bei Leibbrand immer mit den aktuellen Materialien und Techniken in ihren Bereichen vertraut. Aber auch alte und nicht mehr so gebräuchliche Techniken werden gepflegt, um den Belangen des Denkmalschutzes Rechnung zu tragen. „Hervorragend qualifizierte, motivierte Mitarbeiter sind die beste Visitenkarte für uns“, so Tobias Krämer. „Und davon abgesehen entspricht der Wunsch, dass sich unsere Mitarbeiter wohl- und gebraucht fühlen, auch unserem Menschenbild. Deshalb ist auch interne Kommunikation für uns von immenser Bedeutung.“ Kundenzufriedenheit untrennbar gekoppelt an die Zufriedenheit der Mitarbeiter. Dazu die ständige Bereitschaft zu lernen und zu innovativem Handeln. Aussagen, die den Kern der Unternehmenskultur der Schorn-dorfer freilegen. Und wichtige Gründe für ihren Erfolg. ■



„Egal, ob Stammkunde oder Neukunde: Menschen, die ihren Lebensraum oder ihr Haus neu gestalten möchten, müssen davon überzeugt sein, in Leibbrand den idealen Partner gefunden zu haben.“ Frank Krämer, Geschäftsführer



Bis zu sechs innerbetriebliche Fortbildungsmaßnahmen im Jahr: Die Weiterbildung und Förderung der Mitarbeiter ist ein zentraler Baustein der Unternehmensstrategie.

