

München, 10.03.2005

Bund der Selbständigen / DGV Bayern verleiht im Rahmen seines Jahresempfangs zum drittenmal den Mittelstandspreis Selbständigen *Merkur*:

„Kunden zu Fans machen“ - Der fränkische Friseurmeister Albert Bachmann erhält den Selbständigen *Merkur* 2005

Die Ehrung mit dem Selbständigen *Merkur* des Bundes der Selbständigen/DGV ist ein weiterer Höhepunkt in der Erfolgsgeschichte des „Frisör Albert Bachmann“ im fränkischen Roßtal. Der persönliche Eindruck, die aussagekräftigen Unterlagen und die große Anerkennung, die Bachmann von Kunden und Mitarbeitern gleichermaßen erfährt, haben die renommierte Jury unter Leitung von Verbandspräsident Prof. Fritz Wickenhäuser restlos überzeugt.

Die Statue wird in guter Gesellschaft sein. Neben zahlreichen anderen Auszeichnungen wurde Bachmanns Salon 2004 mit dem „Global Salon Business Award“ ausgezeichnet, einer der renommiertesten Auszeichnungen für das Friseurhandwerk. Belobigt wurde Bachmann in der Kategorie „Entrepreneurial Excellence for Team Philosophy“ – und war damit einer von 82 ausgezeichneten Friseuren von weltweit insgesamt 3.500 Teilnehmern.

„Ich will Kunden und Mitarbeiter begeistern“

Bachmann führt seinen Erfolg auf ein ausgefeiltes Teamkonzept zurück: „Bei uns geht es um den Menschen – um den Kunden wie um den Mitarbeiter“ erklärt der 45jährige. Das beginnt beim transparenten Vergütungssystem – Tariflohn plus Umsatzbeteiligung – und betrieblicher Altersversorgung, schließt Weiterbildungs-gespräche ein und endet beim individuellen Bonus wie beispielsweise einem Musicalbesuch für langjährige Mitarbeiter. Detaillierte Aus- und Weiterbildungskonzepte ergänzen die fachliche Betreuung der Mitarbeiter.

Eine ausformulierte Firmenphilosophie „Durch Qualität und Service begeistern wir jeden Kunden“ bindet jeden einzelnen in das Gesamtkonzept „Frisör Albert Bachmann“ ein. Da wird dann auch der sogenannte Mystery Shopper nicht als Bedrohung empfunden, der das Personal im Zweimonats-Rhythmus testet. Sein Erscheinen setzt Bachmann als konstruktives Korrektiv ein: Die Bewertungen des „Undercover-Kunden“ werden grundsätzlich im Team diskutiert.

Gefragter Trainer bis nach Asien und Australien ...

Der Friseurmeister kümmert sich jedoch nicht nur um die hauseigene Mannschaft, sondern trainiert weltweit Kollegen in Seminaren und Vorträgen zu Themen wie Beratung, Kommunikation, Motivation oder Betriebsorganisation. Da er mit Produkten des US-Kosmetikherstellers Redken arbeitet, kam Bachmann früh mit amerika-



nischen Management-Methoden in seinem Metiers in Berührung – und zu dem Schluß: „Wir Deutschen leiden branchenübergreifend unter einer unfreundlichen Servicegesellschaft.“ Doch Qualität und Freundlichkeit allein sind dem Franken zu wenig: „Ich will den Kunden begeistern – nur so erreiche ich eine starke Bindung.“

Also ließ er sich zahlreiche „Zuckerl“ für die Kundschaft einfallen. Bachmanns Dienstleistungs-Pluspunkte reichen von „A“ wie Anfahrtsbeschreibung per Fax und Aromaduftsäule über Geld-Zurück-Garantie und Gratis-Pony-Service bis zu „Z“, einem Zeitschriften-Angebot, das so mancher Bibliothek Konkurrenz machen könnte. Neukunden werden in einem Turnus von sieben bis zehn Tagen nach ihrem Besuch angerufen, um den Zufriedenheitsgrad zu erfragen – und die Bindung zu stärken. Das Konzept gibt dem Unternehmer Recht. Bachmann: „Unsere Kunden sind überwiegend Stammkunden. 50 Prozent von ihnen kommen aus der Gemeinde, die andere Hälfte aus einem Umkreis von 50 Kilometern – und einige reisen sogar 150 Kilometer extra zu uns an.“

... und in der Region im Gespräch bleiben

Der zweifache Familienvater führt das Geschäft am Marktplatz in dritter Generation. 1983 übernahm Albert Bachmann den Salon mit drei Angestellten, heute erreicht er mit neun Mitarbeitern einen Umsatz von 280.000 Euro pro Jahr – mit einem jährlichen Zuwachs von etwa sieben Prozent. Bewußt hat Bachmann ein breites Netzwerk aus regionalen Unternehmern geknüpft, zu einem Bauernladen, einer Kosmetik- und Wellnesspraxis aber auch zum bundesweit bekannten Hotelier Klaus Kobjoll, der in seiner Branche mit seinem Service-Konzept ebenfalls Standards setzt.

Auf seiner Website macht Bachmann die Events bekannt, durch die er von sich reden macht: Beauty- und Styling Show im Bierzelt, eine High Hair Bar oder eine Vorher-Nachher-Demonstration auf dem Landfrauentag im nahen Zirndorf. Für das Kommunikationstalent Bachmann darf es manchmal richtig laut werden – jedoch nur in seiner Funktion als Mitglied im Posaunenchor Roßtal.

Informationen zum SelbständigenMerkur:

Mit dem SelbständigenMerkur würdigt der Bund der Selbständigen /DGV herausragende Leistungen mittelständischer Unternehmen im Freistaat. Der Preis des Eresinger Künstlers Wolfram Dietze in Form einer Skulptur wird traditionell während des Jahresempfangs in der Fachhochschule München verliehen. Bewerben konnten sich alle 22.000 Mitgliedsunternehmen des branchenübergreifenden Mittelstandsverbandes in Bayern, sofern sie die KMU-Definition der Europäischen Union erfüllen. Erster Preisträger war 2003 die COMED Informationsmanagement GmbH aus Landsberg und im letzten Jahr die Gilchinger Zelenka GmbH.

Die Jury ist hochkarätig besetzt: Prof. Dr. Fritz Wickenhäuser (BDS/DGV), Prof. Dr. Marion Schick (Fachhochschule München), Angela Inselkammer (Privatbrauerei Aying), Hans Knürr (Unternehmensberater), Dr. Matthias Lung, (Bayerischen Akademie für Marketing und Werbung) und Berndt Hirsch (BDS/DGV). Sie bewerten die Unternehmensleistungen in zehn Kategorien: Innovative Dienstleistungen und / oder Produkte, herausragende Unternehmensentwicklung und –philosophie, umfassendes Engagement in den Bereichen Aus- und Weiterbildung, Differenzierung von den Wettbewerbern, Maßnahmen zur Kundenzufriedenheit und Kundenbindung, Maßnahmen im Bereich Umweltschutz, ehrenamtliches Engagement im sozialen, politischen und gesellschaftlichen Bereich, Wachstum des Unternehmens in den letzten Jahren, herausragende Kommunikationsleistungen und Engagement in Unternehmenskooperationen.