TOP OF THE TOPS

TOP

AGAZIN

usgabe 3
erbst 2014
Jahrgang
50 €

SIEGEN

Wittgenstein

Mittendrin

HERRENGARTEN
AM NEUEN SIEGUFER

Wohntrend Fliese

NEUE IDEEN FÜR
BODEN & WAND

Schlaganfall

KOMPETENTE HILFE
AUS DER REGION

Recht

RICHTIG VORSORGEN
& VERERBEN

PORTRÄT: KANZLEI
ROMÜNDER & KOLLEGEN

SASCHA LAMBERTY GESCHÄFTSFÜHRER DAVINCI HAUS GMBH, ELBEN

Unsere Philosophie von DAVINCI HAUS ist, Kunden nicht nur zufriedenzustellen, sondern zu begeistern. Und das schon vor der Auftragserteilung. Mit unserem neuen Musterhaus in Gebhardshain haben wir einen weiteren Meilenstein in unserer Firmengeschichte gesetzt. Bisher war es unseren Kunden erst nach Fertigstellung ihres neuen Zuhauses möglich, die Vorzüge von DAVINCI HAUS zu genießen. Es war uns aber schon lange Zeit ein Anliegen, dass zukünftige DAVINCI HAUS-Bauherren schon im Vorfeld nicht bloß ein Musterhaus besichtigen können, sondern im Rahmen eines „Probewohnens" auch die DAVINCI HAUS Architektur hautnah erleben können. Schließlich gewinnt man genau dabei wichtige Eindrücke und Anregungen für das eigene Traumhaus. Und das ist nun möglich. Kunden auf Augenhöhe zu begegnen ist uns sehr wichtig. Wir sehen unsere Bauherren als Partner. Auch nach dem eigentlichen Hausbau sind wir für sie da.

GERHART UND JÖRG ALBUS STEUERBERATERBÜRO ALBUS, WILNSDORF

Als inhabergeführtes Steuerberaterbüro haben wir mit den meisten Mandanten grundsätzlich nur ein- bis zweimal im Monat zu tun – mit privaten Mandanten sogar nur ein- bis zweimal im Jahr. Uns war das aber zu wenig. Denn wir schätzen das entgegenbrachte Vertrauen unserer Kunden sehr. Daher pflegen wir aktiv den persönlichen Kontakt von unserer Seite – sei es durch Anrufe, persönliche Schreiben oder einen kurzen Besuch. Ein Newsletter per Post über aktuelle Änderungen im Steuergesetz rundet das ab. Denn wir wollen für unsere Mandanten greifbar sein und ihnen das Gefühl vermitteln, dass sie bei uns nicht nur eine Karteinummer sind. Der direkte Dialog ist für uns der Schlüssel zu einer guten Kundenbindung.

VOLKER KNUFF GESCHÄFTSFÜHRER ABERLE LOGISTICS GMBH, SIEGEN

Es ist inzwischen kein Geheimnis mehr, dass es fünf- bis zehnmal teurer ist, einen Neukunden zu gewinnen als einen bestehenden Kunden zu halten. Allein vor diesem Hintergrund hat die Kundenbindung für die Aberle GmbH einen hohen, strategischen Stellenwert. Im Mittelpunkt steht die Kundenzufriedenheit. Vertrauensvolle Zusammenarbeit, Termintreue, ein Projektmanagement auf Augenhöhe und ganzheitliche, von der Planung bis auf die Systemebene qualitativ hochwertige Lösungen in der Intralogistik, die den Kunden neben Effizienzvorteilen auch einen zukunftsorientierten Blick über den Tellerrand bieten, zählen zu unseren Erfolgsfaktoren. Jeder zufriedene Bestandskunde bedeutet für uns mehr als nur eine Referenz – er bildet das Rückgrat unseres Anspruches: Perfekte Lösungen ohne Kompromisse.

ULRIKE GRÜTTNER INTERCOIFFURE RENATE KÖCK BY ULRIKE GRÜTTNER, KREUZTAL

Für unsere Kunden unterziehen wir uns freiwillig einer jährlichen geheimen Qualitätsprüfung durch ein renommiertes, unabhängiges Institut. Seit 2011 schon dürfen wir durchgängig die 5 Sterne des Qualitätslabel „Intercoiffure" tragen, womit wir zu der Elitevereinigung der Friseure mit weltweit über 4.000 Mitgliedern zählen und zu den Besten in Deutschland. Der Kunde und seine Haare stehen bei uns im Fokus. Ob feines Haar, auf das wir uns mit dem Calligraphy Cut spezialisiert haben, Dauerwelle oder Naturlocken – wir beraten ehrlich und kompetent bei einer Tasse Kaffee in gemütlichem Ambiente. Und wir tun noch etwas: Wir verwenden ausschließlich hochwertige Produkte ohne Ammoniak für eine besonderes gesunde Qualität der Haare. Unsere Kunden danken es uns, indem sie wiederkommen und uns weiterempfehlen.

SUSANNE HAMMER ANNABELL KINDERMODEN, SIEGEN

Im Baby- und Kinderkleidungsbereich ist eine gute Kundenbeziehung sehr wichtig – schließlich ist immer Bedarf da. Mit Kollektionen hochwertiger Marken, die es im Umkreis sonst nicht gab, einem besonderen Geschenkeinpackservice und Süßigkeiten und Luftballons für die Kleinen habe ich meinen Kunden immer ein attraktives Angebot bieten können. Doch der nicht von der Hand zu weisende Leerstand in der ohnehin wenig frequentierten Oberstadt und die damit verbundene Perspektivlosigkeit des dortigen Einzelhandels zollen ihren Tribut. Nach knapp 13 Jahren in der Oberstadt ist für mich Schluss. Die mögliche Alternative, meine Ware über das Internet zu verkaufen, kam für mich nie in Frage, denn mein Herz schlägt nach wie vor für die individuelle Beratung, den persönlichen Kontakt und Kindermode zum Anfassen. Vielleicht sieht man sich ja irgendwann an anderer Stelle noch einmal wieder.