## Im Gespräch mit Peter und Stefan Jökel:

### „Produktpflege + Mitarbeiterbegeisterung = Kundenzufriedenheit“

Das Schlüchterner Bauunternehmen Jökel behauptet sich mit seinem ausgefeilten Kundenbeziehungsmanagement in der bundesweiten und hessischen Bauindustrie

Vor acht Jahren mischte sich die Bauunternehmung Jökel zum ersten Mal erfolgreich unter die Top 50 von Deutschlands Kundenchampions. Auf der Basis einer umfangreichen Marktstudie belegte das Unternehmen 2009 branchenübergreifend Rang 30 auf der Hitliste und wurde damals schon Hessens Nummer 1 der Baubranche. 2011 gelang es erneut, diesen Platz zu verteidigen. Darüber hinaus aber belegte Jökel für die Bauwirtschaft bundesweit Rang 1 der mittelständischen bzw. mittelgroßen Unternehmen (50 bis 499 Mitarbeiter), die in 2011 erstmals nach Größenordnungen getrennt aufgelistet und ausgezeichnet wurden. 2014 gelang es innerhalb der Baubranche aufs Neue, bundesweit Rang 1 zu behaupten. Und 2017 schließlich errang Jökel bundesweit und branchenübergreifend Rang 2 im Rahmen dieser begehrten Auszeichnung. Innerhalb der Bauwirtschaft belegt Jökel wiederum die Position 1.

Doch was verbirgt sich hinter dieser Initiative der DGQ Deutsche Gesellschaft für Qualität, dem „forum! Marktforschung“ sowie dem FAZ-Institut. Und warum wird Jökel als Mitglied der hessischen Baubranche in diesem Bundesland und inzwischen auch bundesweit besser als alle anderen Mitbewerber bewertet? Ein Gespräch mit den beiden Brüdern und Geschäftsführern, Peter und Stefan Jökel, beleuchtet ein wenig den Hintergrund der Kundenorientierung des Schlüchterner Bauunternehmens, das übrigens in der fünften Generation im Jahr 2012 sein 125. Jubiläum beging. Zudem wurden Peter und Stefan Jökel im gleichen Jahr vom BVMW – Bundesverband mittelständische Wirtschaft mit dem Titel „Unternehmer des Jahres Main-Kinzig-Kreis 2012 / 2013 geehrt. Rang 2 belegten die beiden Unternehmer 2013/2014 im gesamten Bundesland Hessen.

*Was hat Sie ursprünglich bewegt, sich an der Ausschreibung um den Titel „Deutschlands Kundenchampions“ zu bewerben?*

Peter Jökel: Wir wollten im Rahmen dieses Wettbewerbs nicht nur unsere eigenen Leistungen analysieren und von Experten bewerten lassen, sondern vor allem herausfinden, was zufällig ausgewählte rund 100 unserer Kunden in einer detaillierten persönlichen Befragung von und über uns denken, wie sie unsere Arbeit einschätzen und welche Ansätze zur Verbesserung sich daraus ergeben. Denn alle Auswertungen zu unserem Unternehmen werden uns im Detail zugänglich gemacht. Wir konnten also ganz deutlich daraus unsere Stärken, aber auch Schwächen erkennen, um im Sinne der langfristigen Bindung unserer Kunden an unser Unternehmen weiter an uns zu arbeiten.

Und Stefan Jökel ergänzt: Denn eine gut funktionierende Kundenbeziehung war, ist und wird auch weiterhin eine unsere Zukunft sichernde Notwendigkeit sein. Sie gilt es kontinuierlich auszubauen und zu pflegen. Insofern haben diese inzwischen vier öffentlichen Auszeichnungen, die im Übrigen auf den Grundsätzen der EFQM (European Foundation of Quality Management) basieren, uns eindeutig darin bestätigt, auf dem richtigen Weg zu sein und in den vergangenen Jahren offenbar immer effizienter geworden zu sein.

*Welche Kriterien sind in diesem Zusammenhang für Sie besonders wichtig?*

Peter Jökel: Unser Kundenbeziehungsmanagement erfolgt über zwei untrennbar miteinander verbundene und voneinander abhängige Hauptkomponenten: Produktkompetenz und damit –qualität sowie Mitarbeiterbegeisterung. Konsequent umgesetzt führen sie in ihrer Kombination zu ausgeprägter Kundenzufriedenheit mit sehr hohem Stammkundenpotenzial.

*Zunächst zur Produktkompetenz. Wie vermitteln Sie diese im Detail?*

Peter Jökel: Es würde eindeutig den Rahmen sprengen, alle Details aufzuzählen. Aber zwingend gehören dazu neben professioneller Beratung vor allem schlüssige Konzepte, eine individuelle Bauplanung, Kostensicherheit und Preistransparenz sowie eine realistische Zeitplanung und Termintreue.

Stefan Jökel: Darüber hinaus aber bedarf es der sinnvollen Koordination unterschiedlicher Gewerke und ihrer Handwerker bei der Durchführung eines Bauprojekts, und das bei strikter Überwachung, konsequenter Qualitätskontrolle und schließlich einer schnellen und unkomplizierten Mängelbeseitigung. Eine fortgesetzte Betreuung nach der Projektübergabe ist bei uns eine Selbstverständlichkeit.

*Wir haben jetzt inhaltlich die Produktqualität im Ablauf eines Bauprozesses „abgehakt“. Doch welche Rolle spielen Ihre Mitarbeiter in diesem Zusammenhang?*

Peter Jökel: „Unser Endprodukt setzt sich ja nicht nur aus hochwertigen Materialien, sondern vor allem auch aus Dienstleistungen zusammen, die in erster Linie von qualifizierten und motivierten Mitarbeitern getragen werden. Sie sind mit ihren Leistungen ganz wesentlich für die Zufriedenheit unserer Kunden verantwortlich. Und es ist ihre Identifikation mit und Ihr Einsatz in unserem Unternehmen mit seinen zahlreichen und ineinander fließenden Aufgabenbereichen, die sich im Rahmen der Projektabwicklung erkennbar auf unsere Kunden übertragen.

Stefan Jökel: Schließlich ist es eines unserer vorrangigsten Ziele, das Vertrauen unserer Mitarbeiter in unser Unternehmen zu stärken und ihre Begeisterung für ihren jeweiligen Aufgabenbereich bei starker Eigenmotivation zu wecken. So wird jeder unserer Mitarbeiter in einem motivierenden Umfeld und im Hinblick auf den von ihm zu leistenden Wertbeitrag systematisch gefördert, aber durchaus auch gefordert.

*Könnten Sie ein paar Beispiele nennen, wie sich Ihre Mitarbeiter-Philosophie im Alltag ausdrückt?*

Peter Jökel: Zunächst sind einmal wir – mein Bruder und ich – sowie unsere Führungskräfte intern gefragt, mit einem kooperativen Führungsstil eigenverantwortliche Gestaltungs- und Handlungsräume zu schaffen. Zudem haben wir uns alle gemeinsam unternehmensspezifische „Spielregeln“ gegeben, die das Miteinander im Unternehmen bestimmen, unser Zusammengehörigkeitsgefühl fördern und unsere Zusammenarbeit miteinander und untereinander im Sinne unserer Kunden optimieren.

Stefan Jökel: Außerdem erarbeiten wir gemeinsame Ziele, die zwar hoch, aber immer auch realistisch und erreichbar bleiben müssen. Sonst würden wir uns eher demotivieren, und der Ehrgeiz, diese Ziele zu erreichen, könnte auf der Strecke bleiben.

Schulungspläne zur Mitarbeiterqualifizierung und persönlichen Entwicklung oder unser Innovationsmanagement sind weitere Pfeiler unserer internen Möglichkeiten zur ständigen Verbesserung unserer Leistungen.

Peter Jökel: Und nicht zu vergessen: Unser klares Unternehmensleitbild, das sich aus unserer Vision, unserer Strategie und unseren Zielen ergibt. Und unter gar keinen Umständen zu vernachlässigen: Es findet eine kontinuierliche Bewusstseinsschärfung um die Bedeutung von Kunden für unser Unternehmen und damit für die Mitarbeiter selbst statt. Denn wir allein können ihre Arbeitsplätze nicht sichern. Das können nur die Auftraggeber – unsere Kunden.

*Und wie handhaben Sie die interne Kommunikation, um alle diese Interna ohne endlose Konferenzen zu vermitteln?*

Stefan Jökel: Zu diesem Zweck haben wir neben dem regelmäßigen und persönlichen Dialog auf kurzem Wege so genannte Info-Boards, die an vielen Stellen in unserem Unternehmen tagesaktuell informieren. Unsere beiden internen „Jökel- und Lorenzo-Treffs“ dienen uns allen darüber hinaus als persönliche Begegnungsstätten mit einem kontinuierlichen Austausch. Und unser unternehmensspezifisches Jökel-TV strahlt zudem an vier verschiedenen Standorten im Unternehmen laufend neueste und unternehmensrelevante Entwicklungen aus, die jeder Mitarbeiter auch über seinen eigenen PC abrufen kann.

*Und wie erreichen Sie die von Ihnen angestrebte Außenwirkung und eine damit positive Bewertung durch Ihre Kunden?*

Peter Jökel: Wir definieren unseren Dienstleistungsgedanken über ein paar grundsätzliche Dinge, die uns sehr wichtig in der Kommunikation mit unseren Kunden sind. Dazu gehören eine gute Erreich- und Verfügbarkeit, selbstverständliche Freundlichkeit, schnelle Reaktionen unter Einsatz fachlicher Kompetenz, Entscheidungsfreiheit und -fähigkeit, aber auch Problemlösungsbewusstsein. Zuverlässigkeit und Pünktlichkeit haben darüber hinaus einen ebenso hohen Stellenwert wie individuelle Beratung.

Stefan Jökel: Um unsere Kundenbindung langfristig zu festigen, führen wir gezielt am Ende eines jeden Bauvorhabens Kundenbefragungen durch, welche die Kundenzufriedenheit bzw. Bindung an das Unternehmen sowie die Bereitschaft zur Weiterempfehlung und zur Nennung als Referenzobjekt messen. Diese Details werden in unserer Datenbank „Leistungsbeurteilung Bauherr“ akribisch festgehalten, liefern sie doch die notwendigen Informationen, um gegebenenfalls Maßnahmen zur Gewährleistung dauerhafter Kundenzufriedenheit einzuleiten. Unsere jährlichen Vorgabewerte für die Kundenbegeisterung werden regelmäßig auf ihre Zielerreichung überprüft. Ebenso der sehr hohe Anteil der Empfehlungs- und Stammkundenquote an unserem Gesamtumsatz.

*Bei einem Umsatz im vergangenen Jahr 2017 in Höhe von 42,37 Mio. Euro und einem Stamm von gegenwärtig 105 Mitarbeitern können Sie Ihre zahlreichen Projekte aber kaum alleine bewältigen. Wie lösen Sie das Problem des immer wieder kurzfristigen Arbeitskräftebedarfs bei gleichzeitiger Qualitätssicherung?*

Peter Jökel: Wir haben für unsere Projekte eine eigene Planungsabteilung mit Architekten und technischen Zeichnern, in der auch unser Leistungsbereich ‚Energetisches Planen, Bauen und Sanieren‘ angesiedelt ist. Außerdem verfügen wir über 52 eigene gewerbliche Mitarbeiter für den Roh- und Tiefbau, mit denen wir diese Bereiche komplett abdecken.

Aber so ganz alleine könnten wir manche Projekte in der Tat nicht stemmen. Doch auch hier verfügen wir über langjährige Erfahrung, indem wir unsere Qualitätsstandards über eine gezielte Auswahl geeigneter Nachunternehmer, unsere Premium Partner, für die Abwicklung der Bauvorhaben sichern. Ihre Eignung wird vor Auftragsvergabe anhand von Leistung und Bonität geprüft. Diese Prüfung erfolgt mit Hilfe der in einer Nachunternehmer- und Lieferantendatenbank hinterlegten Bewertungen. Für neue Handwerkerfirmen werden gezielt Auskünfte und Referenzen vor Auftragsvergabe eingeholt, um sich von deren Qualität und Leistungsfähigkeit zu überzeugen.

Stefan Jökel: Zudem geben wir standardisierte Ausführungsdetails vor. Sie gewährleisten eine gleichbleibend hohe Qualität bei der Umsetzung von Bauvorhaben. Und diese Regeldetails werden entsprechend dem aktuellen Stand der Technik unter Einbeziehung von Erfahrungswerten stetig weiterentwickelt und angepasst. Alle Bauprozesse und -abläufe werden konsequent analysiert und im Bedarfsfall im Interesse der Kunden verbessert. Aber auch unser kundenorientiertes Ideenmanagement sorgt im Mitarbeiter-Kreis für zahlreiche Innovationen.

*2012 beging das Unternehmen in der fünften Generation sein 125. Geschäftsjubiläum. 2017 waren es bereits 130 Jahre seit der Gründung. In dieser Zeit ist es ganz offenkundig gelungen, stabile Voraussetzungen für weiteren wirtschaftlichen Erfolg zu schaffen. Welches mittelfristige Ziel wird als nächstes angestrebt?*

Peter Jökel: Alle genannten Maßnahmen zur Produktqualität, Mitarbeiter- und Kundenbegeisterung haben ein gemeinsames und sehr ehrgeiziges Ziel: Wir streben an, in jeder Beziehung das beste Bauunternehmen in unserer Region für unsere Kunden zu sein. Das aber funktioniert nur, wenn wir sowohl unsere Unternehmens- als auch unsere Projektprozesse bei immer komplexer werdenden Bauaufgaben erkennbar erfolgreicher als unsere Wettbewerber gestalten und beherrschen. Unsere vier Auszeichnungen mit dem Titel „Deutschlands Kundenchampions“ zeigen uns, dass wir für unsere Zukunft einen sehr guten Weg eingeschlagen haben.

Stefan Jökel: Doch wir hüten uns, uns auf unseren Lorbeeren auszuruhen. Ganz im Gegenteil. Unsere Auszeichnungen spornen uns eher noch an. Schließlich wissen wir ganz genau: Mit einem professionellen Kundenbeziehungsmanagement und der emotionalen Übertragung unserer eigenen Begeisterung auf unsere Auftraggeber sichern wir nicht zuletzt nachhaltig unseren eigenen wirtschaftlichen Erfolg.

Übrigens hat uns diese Philosophie auch über das sehr schwierige Jahr der weltweiten Finanzkrise im Jahr 2009 gerettet. Wir mussten damals nicht einen einzigen Mitarbeiter entlassen. Und darauf sind wir sehr stolz. Denn unsere Mitarbeiter sind uns weit wichtiger als eine kurzfristige Gewinnmaximierung.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Hintergrund-Information zur Auszeichnung**

**„Deutschlands Kundenchampions“**

*Der Auszeichnung geht jeweils eine Ausschreibung der Initiatoren DGQ Deutsche Gesellschaft für Qualität. forum! Marktforschung und FAZ-Institut voraus. Ziel des Wettbewerbs ist es, ein Benchmarking für die Qualität von Customer Relationship Management (CRM) zu etablieren und vorbildliches Kundenbeziehungsmanagement in Deutschland auszuzeichnen. Um aber Deutschlands Kundenchampions zu ermitteln, werden die teilnehmenden Unternehmen einem mehrstufigen Rundum-Kundenbeziehungscheck unterzogen: Aus 500 repräsentativ ausgewählten Kunden des Unternehmens werden 100 vom Veranstalter persönlich oder telefonisch befragt. Zudem erfolgt eine unternehmerische Selbstbewertung, die allerdings nicht in die Bewertung einfließt. Abschließend erfolgt eine Bewertung durch externe und neutrale Experten. Die in der Theorie formulierten Forderungen werden durch die Benchmark-Studie Excellence Barometer (ExBa) empirisch überprüft und operationalisiert. Basis für alle Bewertungsschritte ist das EFQM-Model for Excellence. Das Endergebnis wird im Rahmen einer Jurysitzung verabschiedet und veröffentlicht*

**Ansprechpartner für die Presse:**

Peter Jökel Karin Dircks – KD Kommunikation

Bauunternehmung Jökel Sonnenberger Straße 15

Gartenstraße 44 – 36381 Schlüchtern 65193 Wiesbaden

Tel: (0 66 61) 84-0 / Fax: (0 66 61) 84-20 Tel: (06 11) 52 63 12 / Fax: 52 97 79

E-Mail info@joekel.de/Internet: www.joekel.de E-Mail: Karin.Dircks@KDKom.de

**Schlüchtern, 2018 / 2019**