



© Hausmann & Wynen

# “ Mit Elan in die Zukunft

**Hausmann & Wynen.** Wenn man in der Elektrobranche am Ball bleiben will, müssen die Reaktionszeiten sehr kurz sein. Die g+h-Redaktion sprach mit Geschäftsführer Peter Albrecht über neue Unternehmensstrategien und -ziele in einer Zeit, in der schon heute die Innovationen von morgen erwartet werden.

**Herr Albrecht, seit einem halben Jahr führen Sie die Geschäfte des Unternehmens alleine, gab es in dieser Zeit Veränderungen?**

Wir haben ein starkes Team von erfahrenen Mitarbeitern, das die Geschäftsführung seit vielen Jahren unterstützt. Aus diesem Team vertreten uns jetzt zwei Mitarbeiter auch offiziell nach außen. Das ist zum einen Gaby Jahn, die sich eigenverantwortlich um das Personalwesen, die Buchhaltung und das gesamte Controlling kümmert. Zum anderen hat Robert Ebert Handlungsvollmacht für die Vertriebsleitung bekommen.

**Sind Veränderungen im Unternehmensauftritt geplant?**

Es gibt im Elektrohandwerk seit einigen Jahren die Tendenz, immer mehr Leistungen auch im Bereich Gebäude- und Haustechnik anzubieten. Diesen Wandel haben wir in den Funktionen von Powerbird schon längere Zeit berücksichtigt. Seit Anfang September kommunizieren wir diese zusätzliche Kompetenz auch verstärkt

in unseren Unternehmens- und Produktpräsentationen. Der neue Slogan heißt: Die Software für die Elektro- und Haustechnik. Diese Änderung haben wir zum Anlass genommen, unseren Internetauftritt komplett neu zu gestalten.

**Welche Marketing- und Vertriebsstrategien verfolgen Sie?**

Nach wie vor arbeiten wir im Wesentlichen im Direktvertrieb. Dadurch können wir die kompetente und zügige Beratung unserer Kunden und Interessenten in eigener Verantwortung sicherstellen. Ansonsten unterliegen wir natürlich dem Trend, dass auch in unserem Bereich das Internet eine immer wichtigere Rolle spielt. Heute sollte man bei Google auf der ersten Seite stehen, gezielt WEB-Anzeigen platzieren und einen Facebook-Account haben. Also verfolgen wir auch diese Linie, um auf unsere Leistungen aufmerksam zu machen. Darüber hinaus nutzen wir das Internet für individuelle Fernpräsentationen, um Interessenten ohne großen

Zeitaufwand für beide Seiten, die Funktionen von Powerbird vorzustellen. Wichtig bleibt die Präsenz auf Messen und in guten Fachmagazinen. Last, not least ist vor allen Dingen die Mundpropaganda zufriedener Kunden von unschätzbarem Wert.

**Auf welchen Messen sehen Sie Ihre Schwerpunkte?**

Natürlich setzen wir nach wie vor alles daran auf jeder Messe und auf den meisten Hausmessen der Großhandlungen vertreten zu sein. Hier treffen sich Handwerk, Großhandel und Industrie. Wo sonst hat man so viele Möglichkeiten für intensive Gespräche und den persönlichen Austausch. Leider ist es so, dass in einigen Fällen die Kosten überproportional stark steigen. Daher werden wir im Einzelfall abwägen, ob sich Nutzen und Aufwand die Waage halten. Mit anderen Worten, es muss sich rechnen.

**Welche Innovationen sind denn von Powerbird zu erwarten?**



Handwerksbetriebe, die ihre Mitarbeiter kontinuierlich mit Schulungen auf dem Laufenden halten, haben auf lange Sicht erheblich mehr Erfolg.

Peter Albrecht.

Demnächst werden wir unter anderem die integrierte revisions-sichere Archivierung herausbringen. Neben der Abschaffung des Papierarchivs, Verträge einmal ausgenommen, können mit ihr die neuesten gesetzlichen Aufbewahrungsfristen für den elektronischen Dokumentenaustausch erfüllt werden. Außerdem erleichtert sie die ISO 9001 Zertifizierung erheblich. Bei der strategischen Entwicklung arbeiten wir daran, die Geschäftsprozesse zwischen Handwerk und Großhandel weitestgehend elektronisch abwickeln zu können. Außerdem ist in der Branche vermehrt zu beobachten, dass in interne Betriebsabläufe Smart Phones und I-Pads einbezogen werden. Bei diesen mobilen Lösungen ist Powerbird bereits sehr gut aufgestellt, wegen der rasanten Entwicklung ist aber mit weiteren Innovationen zu rechnen. Unser permanentes Ziel ist die immer einfachere und benutzerfreundlichere Bedienung. Um hier möglichst nahe an den Kundenwünschen zu sein, haben wir vor etwa zehn Jahren einen Anwenderbeirat ins Leben gerufen. Hier werden mehrmals im Jahr alle Anregungen der Anwender diskutiert und entschieden, welche in die Softwareentwicklung aufgenommen werden.

**Gibt es Pläne die Fixierung auf die Elektrobranche gewerkeübergreifend aufzuweichen?**

Powerbird ist speziell für das Elektrohandwerk entwickelt worden.

Im Zuge veränderter Anforderungen haben wir vor einigen Jahren die Funktionalitäten komplett auf die gesamte Haustechnik erweitert. Die Übertragung auf andere Gewerke ist in unseren Augen nicht sinnvoll.



Keine Software kann revisions-sicher sein, die Abläufe im Unternehmen müssen so gestaltet werden, dass der Prozess revisions-sicher ist.

Peter Albrecht



**Können Sie Veränderungen im Qualitäts- und Anspruchsdenken Ihrer Kunden feststellen?**

Ja, ganz klar. Das Qualitäts- und Anspruchsdenken hat deutlich zugenommen. Durch die rasante Entwicklung des Internets und der zahllosen Apps können die Anwender im privaten Bereich nahezu alles mit ein paar Klicks erledigen – vom Wochenendeinkauf über die Buchung der

Urlaubsreise bis hin zur Partnersuche. Diese Leichtigkeit des Knopfdrucks wird dann intuitiv auch von der Betriebssoftware erwartet. Bei einigen Funktionen ist das aus technischer Sicht aber gar nicht möglich, zum Beispiel

**Welche Angebote zur Unterstützung der Anwender gibt es?**

In Monheim bieten wir regelmäßig Gruppenschulungen zu verschiedenen Themenbereichen an. Außerdem gibt es individuelle Schulungen beim Kunden vor Ort und Fernwartungsschulungen über das Internet. Sehr gut angenommen werden unsere Top-Tage. Nicht nur, weil sich jeder Teilnehmer aus den angebotenen Seminaren und Workshops bedarfsgerecht informieren kann, sondern vor allen Dingen auch wegen des



wegen notwendiger Datenbankzugriffe. Auf der anderen Seite sehen anspruchsvolle Kunden aber, dass sie durch den konsequenten Einsatz von Powerbird intern einen erheblichen Kosten- und Zeitgewinn haben. Da es heutzutage kaum noch Spielraum bei der Erhöhung von Stundenverrechnungssätzen oder Materialverkäufen gibt, ist das der einzige Weg, die Marge zu verbessern.

intensiven Austauschs untereinander. Bei unseren jährlichen Roadshows von Oktober bis Dezember informieren wir unsere Anwender in 22 deutschen Städten über neue Softwareversionen und -module.

**Vielen Dank für das interessante Gespräch Herr Albrecht.** ←

[www.powerbird.de](http://www.powerbird.de)