



Fotos: Siefken

Wohnen wie der Tischlermeister

Nicole und Carsten Leiffermann genießen ihr schickes Zuhause – und vermarkten es.

Irme Frömling

froemling@handwerk.com

Für ihr „Haus der offenen Tür“ haben sich Leiffermanns vor drei Jahren entschieden. Und damit für einen hochwertig ausgestatteten Neubau. Seitdem öffnet das Unternehmerehepaar fast Tag für Tag sein lichtdurchflutetes Eigenheim und begeistert anspruchsvolle Kunden. Carsten Leiffermann hat die Möbel nicht selber gebaut. Eingerichtet haben das Haus Zulieferer eines Netzwerkes für Tischler. „Wir können die hochwertigen Produkte engagiert und ehrlich verkaufen, weil wir von ihnen überzeugt sind“, betont Nicole Leiffermann beim Rundgang. Ihr neues Zuhause liegt im Wunstorfer Gewerbegebiet, unter einem Dach mit Ausstellung sowie Werkstatt der Tischlerei und Glaserei. Die Unternehmerfrau schwört auf das Jalousieglass in der Diele oder die grifflosen Schubladen in der roten Küche. Beim Vorführen präsentiert die Marketingexpertin gleich mit, dass im Hause Leiffermann ordentlich gearbeitet wird.

Im Schlafzimmer überzeugt sie die meisten Kunden sofort vom Bettensystem: „Nach jahrelangen Rückenbeschwerden bin ich endlich schmerzfrei.“ Sie weiß, wie Erfolg versprechend Emotionen im Verkauf sind. „Innovationen vermitteln Informationen. Das spricht Kunden an, denn sie wollen immer mehr wissen“, stellt die gelernte Erzieherin klar.

Und so begeistert auch das neue Online-Planungsprogramm die Kunden. Carsten Leiffermann hat das Werkzeug gerade im Verkauf genutzt. „Mit dem Programm können wir den Bedürfnissen entsprechend die Möbel gemeinsam mit den Kunden am Bildschirm entwickeln, schnell Fronten verschieben oder Farben verändern“, lobt der Tischlermeister, der seinen Betrieb mit fünf Mitarbeitern in vierter Generation führt. Er hat den Auftrag für die neue Arztpraxis erhalten, die individuell kreierte Einrichtung online bei seinem Lieferanten bestellt und zeitnah mit seinen Mitarbeitern eingebaut.

Kundenorientierung haben sich die Wunstorfer auf die Fahnen geschrieben. „Der Mensch steht im Mittelpunkt“, sagt Nicole Leiffermann. „Er hat ein Problem, und wir lösen es.“ Nicht immer sind nur Tischlerleistungen gefragt. Dann wird der mögliche Auftrag an einen Kollegen weitergeben. Seit Eröffnung ihrer Ausstellung „Glashaus“ im vergangenen Jahr kooperieren Leiffermanns mit Handwerksbe-

trieben aus sieben Branchen vor Ort. Ziel: Ganzheitliches Wohlbefinden schaffen. „Man muss geben und nehmen können. Dann funktioniert es“, erklärt die Unternehmerfrau. Jeder Betrieb arbeitet weiterhin auf eigene Rechnung und übernimmt die Gewährleistung. „Der gemeinschaftliche Gedanke macht uns stark am Markt“, betont die Frontfrau. Das gelte auch für das Tischlernetzwerk. Was sie besonders an dem Zusammenschluss schätzt: „Die Fortbildungen haben uns den Spiegel vorgehalten. Wir haben gelernt, über den Tellerrand hinauszublicken.“

Seit 2005 sind Leiffermanns mit von der Partie. Für das Netzwerk habe ihn ein Kollege auf einer Tagung des Landesinnungsverbandes begeistert, erinnert sich der Tischlermeister. Das war gerade während der Bauphase des neuen Eigenheims. Was dafür noch fehlte, war die hochwertige Einrichtung. Denn für die Produktion hatte Leiffermann keine Zeit, weil er volle Auftragsbücher hatte. Das hat dann das Netzwerk TopaTeam mit seinen Herstellern übernommen. „Vorher war ich immer der Auffassung, keiner kann so gut Möbel bauen wie ich. Typisch Tischler“, meint der stellvertretende Innungsoberrmeister. Jetzt hat er sich für Produktion und Handel entschieden und ist überzeugt: „Das ist der richtige Weg.“

www.leiffermann.de



Foto: Privat

Neun Fragen an ...

Marion Gölzenleuchter

Firmenname: **W. Gölzenleuchter Malerbetrieb**
Ort: Hannover
Gewerk: Maler
Mitarbeiterzahl: 7
Gründung: 1954
Funktion: Unternehmerfrau



Foto: Fischer

Verantwortung für sieben Mitarbeiter, einschließlich zwei Azubis. Rückblickend ist alles positiv gelaufen.

- Ihr letzter großer Auftrag?** Treppenhäuser in einer Wohnungsgenossenschaft.
- Was war Ihr größter Ärger mit Kunden?** Wir haben selten Ärger. Im Gegenteil, sie verwöhnen unsere Gesellen gern mit belegten Brötchen oder sogar einem Mittagessen. Was mal vorkommt, ist, dass ein Kunde nicht da ist oder die Wohnung nicht vorbereitet ist.
- Wie lange surfen Sie täglich im Internet?** Zwei Stunden. Ich recherchiere zu Produkten, aber auch allgemeine Informationen, damit wir kundenorientiert auftreten können.
- Welches Buch liegt gerade auf Ihrem Nachttisch?** „Der Patient“ von John Katzenbach.
- Was wollten Sie als Kind werden?** Frisörin
- Verraten Sie eine Marotte?** Ich telefoniere zuviel.

- Montagsmorgen, der Wecker klingelt: Wie starten Sie in die neue Woche?** Gut gelaunt. Ich bin gespannt, was mir die Woche bringt.
- Wie lange telefonieren Sie durchschnittlich pro Tag?** Beruflich eine Stunde. In der Regel sind es Kundengespräche. Weil wir viele ältere Kunden haben, höre ich mir oft ihre Sorgen an.
- Was war Ihre größte unternehmerische Herausforderung?** Das war vor drei Jahren als mein Mann den Betrieb von seinem Vater übernommen hat. Damit hatten wir die

Zu guter Letzt

Die Wurst aus dem Meer

Fleischermeister Peter Bolduan aus Aurich hat nach langer Experimentierphase die erste Fischsalami Deutschlands erfunden.

Drei Jahre tüftelte er an der richtigen Zusammensetzung. Herausgekommen ist eine Mischung aus Rotbarsch, Seelachs, Edelwels, Butterfisch und Wildlachs. Mit 16 Prozent Fett bringt die Fischsalami nur halb so viel auf die Waage wie die Exemplare aus Schwein oder Rind.

Nach wenigen Wochen erfolgreichen Verkaufs auf dem örtlichen Wochenmarkt exportiert der Ostfriesen die Fisch-Salami inzwischen schon nach Österreich und Holland.



Foto: Kuse

Die Idee kam ihm während eines Urlaubs am norwegischen Lysefjord. Allerdings erwies sich die Verarbeitung von Fischfleisch als unerwartet schwierig. „Mal war die Wurst zu weich, mal trocknete sie vom Rand her schnell aus, mal schmeckte sie zu fischig“, erzählt der 67-Jährige. Pro Versuch wanderten jedes Mal bis zu 20 Kilo Fisch in die Tonne. Nun hat der Ostfriesen eine schmackhafte Mischung gefunden. (tk)

Auf die Haut geschneidert

Carolyn Bendahan ist Deutschlands einzige Dessous-Schneiderin. In ihrem Geschäft in Hamburg gibt sich Frau die Klinke in die Hand.



Foto: Privat

„Von der 22-jährigen Modebewussten bis zur 70-jährigen Rentnerin.“ So beschreibt Bendahan ihre Kundschaft. Schon seit sie neun war, träumte die Münchenerin davon, Unterwäsche zu schneiden. Nach ihrer Ausbildung zur Damenschneiderin und Direktrice in Bayern bekam sie einen Studienplatz in Hamburg. Die diplomierte Bekleidungstechnikerin blieb im Norden und eröffnete 2007 ihr Geschäft „braviange“. Eingerichtet ist der Laden im Jugendstil: Alte Sofas laden zum Verweilen ein. Bendahans Kundinnen bestellen Dessous für bestimmte Anlässe. Oder sie haben aufgrund einer Operation Schwierigkeiten, woanders das passende BH-Modell zu finden. „Eine Modeorientierung gibt es eigentlich nicht. Von pompös bis schlicht ist alles dabei“, sagt die Schneiderin. (ja)

Im Internet: www.braviange.de