Copyright Bauverlag BV GmbH | Nachdruck und Veröffentlichung nur mit Genehmigung des Verlages

Vertriebsexperten im Gespräch

Armin Leinen im Interview mit Andreas Grimm

In Zeiten des Wandels wiegt der Verkauf einmal mehr. Der Metallbauer Dallwig aus Kassel ist bekannt für seinen erfolgreichen Vertrieb, auch in herausfordernden Zeiten wie diesen. Grund genug, mit dem geschäftsführenden Gesellschafter Andreas Grimm ein exklusives Interview zu führen. Das Unternehmen stellt die Produkte her, vermarktet sie im Direktvertrieb und montiert mit eigenen Montagetechnikern. Im Gespräch gibt Andreas Grimm konkret Einblicke in seinen Verkaufsprozess und wie er und sein Team es gemeinsam schaffen, das Vertrauen der Kunden zu gewinnen und zu bewahren. Das Interview vor Ort in Kassel führte Armin Leinen, der in der Bauelementebranche ein bekannter Speaker und Trainer ist.

Armin Leinen: *Sie sind ein Traditionsunternehmen mit einer modernen und zukunftsorientierten Unternehmensausrichtung. Auf welche Produktgruppen und Zielgruppen sind Sie in erster Linie fokussiert?*
Andreas Grimm: Als Unternehmen mit über 225 Jahren Geschichte liegt unser Fokus auf hochwertigen Fenster-, Tür- und Fassadensystemen sowie Smart-Home-Lösungen. Unsere Hauptzielgruppen sind private Bauherren, Architekten, Wohnungsbaugesellschaften und öffentliche Auftraggeber, die Wert auf Qualität, Energieeffizienz und Service legen. Damit sind wir im Markt breit aufgestellt.

Foto: pixelgrafie sauerwein

Die Vertriebsexperten Andreas Grimm (l.) und Armin Leinen haben sich im neuen Showhome „dallwig_annex" zum Gespräch getroffen.

Leinen: *Der Markt ist in den letzten Jahren schwieriger geworden. Wie schätzen Sie die aktuelle Marktsituation ein und wie wird sich diese Ihrer Meinung nach in den nächsten 12 Monaten entwickeln?*
Grimm: Die Marktsituation ist derzeit herausfordernd, geprägt von steigenden Materialkosten und einem intensiven Wettbewerb. Wir gehen jedoch davon aus, dass die Nachfrage nach energieeffizienten und nachhaltigen Bauprodukten weiterhin steigen wird, insbesondere im Zuge der Energiewende und staatlicher Förderprogramme. Die größte Nachfrage ist in der Modernisierung von Bestandsimmobilien sowie bei öffentlichen Aufträgen zu erwarten.

Leinen: *Einige Anbieter gehen wieder sehr preisaggressiv an den Markt, um sich Auslastungen zu sichern. Wie gehen Sie mit dem gestiegenen Wettbewerbsdruck um?*
Grimm: Wir setzen auf Qualität, Service und langfristige Kundenbeziehungen. Statt in einen Preiskampf einzusteigen, betonen wir permanent den Mehrwert unserer Produkte und Dienstleistungen, wie zum Beispiel individuelle Beratung, maßgeschneiderte Lösungen und zuverlässige Montage durch unser eigenes Fachpersonal.

Leinen: *In der Corona-Zeit und danach war Verkaufen nicht schwierig, die Aufträge kamen meist wie von alleine. Warum ist Verkaufen wieder viel wichtiger geworden?*
Grimm: In Zeiten hoher Nachfrage war der Verkaufsaufwand geringer. Jetzt, mit einem normalisierten Markt, ist aktiver Vertrieb entscheidend, um Kunden zu gewinnen und zu binden. Eine proaktive Eruierung von potentiellen Projekten im Schulterschluss mit Stammarchitekten, eine individuelle Beratung und persönliche Angebotspräsentationen sowie eine konsequente Angebotsnachverfolgung sind wieder zentral für den Verkaufserfolg.

Leinen: *Verkäufer brauchen besondere Eigenschaften. Worauf kommt es im Verkauf ganz besonders an?*
Grimm: Verkaufen bedeutet bei Dallwig nicht, dem Kunden etwas „aufzuschwatzen", sondern ihn auf dem Weg zu einer langfristigen, maßgeschneiderten Lösung zu begleiten. Deshalb braucht es im Vertrieb weit mehr als Produktkenntnisse – entscheidend sind Persönlichkeit, Haltung und echtes Interesse am Kunden. Wer mit uns zusammenarbeitet, investiert oft in eine Immobilie, ein Zuhause oder ein komplexes Bauvorhaben – das ist nicht alltäglich. Deshalb ist Vertrauen der Schlüssel. Wir agieren nicht als „Vertriebler im klassischen Sinn", sondern als verlässliche Berater.

Leinen: *Wie verkaufen denn „verlässliche Berater"?*
Grimm: Wir hören zu, fragen nach und erkennen, was dem Kunden wirklich wichtig ist. Unsere Kunden erwarten hohes technisches Verständnis und klare Antworten. Unsere Mitarbeitenden bringen daher umfassende Produkt- und Branchenkenntnisse mit – sie können nicht nur Optionen erklären, sondern auch technische Machbarkeit bewerten und praxisgerechte Empfehlungen aussprechen. Diese Kompetenz schafft Sicherheit beim Kunden.

Copyright Bauverlag BV GmbH | Nachdruck und Veröffentlichung nur mit Genehmigung des Verlages

Foto: pixelgrafie sauerwein

Armin Leinen und Andreas Grimm: Zwei Vertriebsprofis tauschen sich über praktische Verkaufstipps aus.

Als Unternehmen sind wir nicht auf den kurzfristigen Gewinn aus. Wir denken in Beziehungen, nicht in Einzelprojekten. Wer heute eine Haustür bei uns kauft, kommt morgen vielleicht mit dem Umbau einer Gewerbefläche oder in 10 Jahren mit einem Fassadenprojekt wieder. Unser Team handelt entsprechend – wir vertreten nicht nur unsere Produkte, sondern auch unsere Philosophie der Partnerschaft. Bei Dallwig schreiben wir nicht einfach Angebote – wir sind Zuhörer, Ideengeber, Problemlöser und manchmal auch Moderator zwischen Bauherren, Planern und Technikern. Diese Rolle braucht Empathie, technisches Wissen, aber vor allem: ein echtes Interesse daran, gemeinsam mit dem Kunden langfristig gute Lösungen zu schaffen.

Leinen: *Dem Kunden Vertrauen geben und zielgerichtet zu beraten ist immens wichtig. Wie erfassen Sie den genauen Bedarf der Kunden?*
Grimm: Durch persönliche Gespräche, Vor-Ort-Besichtigungen und den Einsatz moderner Tools wie digitalen Aufmaßsystemen erfassen wir präzise die Anforderungen unserer Kunden und können so passgenaue Lösungen anbieten.

Leinen: *Bestimmte Kunden wollen gerne einen Preisvergleich haben. Wie selektieren Sie die interessanten Anfragen aus allen Anfragen heraus?*
Grimm: Wir bewerten Anfragen anhand von Kriterien wie Projektgröße, Realisierbarkeit und Übereinstimmung mit unserem Leistungsspektrum. Dabei achten wir darauf, Projekte auszuwählen, bei denen wir unseren Qualitätsanspruch voll einbringen können. Daher wird auch möglichst früh mit Kunden das Investitionsbudget angesprochen.

Leinen: *Kunden müssen den Mehrnutzen der Produkte verstehen. Wie präsentieren Sie Ihre Produkte und Angebote?*
Grimm: In unserem Showroom und durch digitale Präsentationen zeigen wir die Vorteile und besonders den Nutzen unserer Produkte, wie z.B. Energieeffizienz, Design und Smart-Home-Integration. Seit Kurzem steht uns hierzu unser Showroom „dallwig_annex" zur Verfügung. Hier zeigen wir Privatkunden und Architekten moderne Fensterlösungen live in einer Wohnsituation wie z.B. Schüco Perfect und eine breite Palette an Smart-Home-Lösungen. Zudem nutzen wir gezielt Referenzprojekte, um unsere Kompetenz zu demonstrieren.

Leinen: *Produkte sind das eine, aber kein Produkt ist ohne Montage zu haben. Sie haben eigene Montagemitarbeiter. Wie wichtig ist die Montage im Verkaufsgespräch?*
Grimm: Die Montage ist ein zentraler Bestandteil unseres Angebots. Im Verkaufsgespräch betonen wir die Vorteile unserer eigenen, geschulten Montageteams, die für Qualität und Termintreue stehen. Wir präsentieren, wie unsere Mitarbeitenden gerade auf Sauberkeit größten Wert legen.

Leinen: *Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist entscheidend für Kunden. Mit welchen Verkaufsargumenten setzen Sie Ihre Preise durch?*
Grimm: Indem wir immer wieder mit der Langlebigkeit, Energieeffizienz und dem Design unserer Produkte, unserer sauberen und fachkompetenten Montage sowie unserem umfassenden Service argumentieren. Unsere Kunden schätzen diese Mehrleistungen und investieren gerne in Qualität und Zuverlässigkeit.

Copyright Bauverlag BV GmbH | Nachdruck und Veröffentlichung nur mit Genehmigung des Verlages

Leinen: *Viele Kunden wollen Rabatte haben. Welche Tipps haben Sie, wie Sie mit der Rabattfrage erfolgreich umgehen?*
Grimm: Den Fokus auf den Gesamtwert und die Qualität des Angebots lenken. Statt pauschaler Rabatte individuelle Zusatzleistungen anbieten. Transparenz über die Kalkulation schaffen, um Verständnis für den Preis zu fördern.

Leinen: *Um den Abschluss zu bekommen, braucht es schlagkräftige Argumente. Welche Tipps haben Sie, um in der Verhandlung den Auftrag letztlich auch zu erhalten?*
Grimm: Die spezifischen Vorteile unserer Lösung für das Projekt des Kunden hervorheben. Flexibilität bei Sonderwünschen zeigen, ohne die Qualität zu verschlechtern. Vertrauen durch Referenzen und erfolgreiche Projekte aufbauen.

Leinen: *Produktqualität, Auftragsbearbeitung und Montage wird durch Menschen erzeugt. Wie wichtig sind Ihnen Ihre Mitarbeitenden?*
Grimm: Unsere Mitarbeitenden sind das Herzstück unseres Unternehmens. Ihre Fachkompetenz, ihr Engagement und ihre Erfahrung sind entscheidend für unseren Erfolg und die Zufriedenheit unserer Kunden. Was unsere Mitarbeitenden so besonders macht, ist ihr Fachwissen, ihre Erfahrung und ihre Leidenschaft für Präzision und Qualität. Gerade im Bereich Fenster-, Türen- und Fassadenbau kommt es auf millimetergenaue Umsetzung, handwerkliches Können und technisches Verständnis an. Diese Kombination ist nicht austauschbar und macht den entscheidenden Unterschied im Wettbewerb – insbesondere bei individuell geplanten Lösungen und bei anspruchsvollen Objekten.

Leinen: *Und wie binden Sie Ihre Mitarbeiter langfristig?*
Grimm: Wir investieren bewusst in die Weiterentwicklung unserer Teams. Ob durch interne Schulungen, externe Fortbildungen, Nachwuchsförderung oder die Begleitung auf dem Weg vom Azubi zum Projektleiter – wir setzen auf langfristige Perspektiven. Zudem fördern wir Eigenverantwortung und eine offene, wertschätzende Unternehmenskultur. Auch das Betriebsklima spielt eine zentrale Rolle. Wir pflegen flache Hierarchien, kurze Entscheidungswege und einen respektvollen Umgang. Viele unserer Mitarbeitenden sind seit Jahren, teils Jahrzehnten bei uns – das spricht für eine starke Identifikation mit dem Unternehmen. Diese Kontinuität wirkt sich direkt auf die Qualität unserer Arbeit und das Vertrauen unserer Kunden aus. Kurz gesagt: Unsere Produkte und Leistungen sind nur so gut wie die Menschen, die sie entwickeln, bauen und montieren. Daher hat die Wertschätzung und Förderung unserer Mitarbeitenden bei Dallwig oberste Priorität – heute und in Zukunft.

Leinen: *Der Fachkräftemangel ist in aller Munde. Wie motivieren Sie Ihre Mitarbeitenden und binden diese?*
Grimm: Der Fachkräftemangel ist längst Realität – vor allem im Handwerk und speziell im Metall- und Fensterbau. Umso wichtiger ist es, dass wir nicht nur neue Talente gewinnen, sondern vor allem unser bestehendes Team langfristig binden und motivieren. Bei Dallwig setzen wir deshalb auf einen ganzheitlichen Ansatz, der weit über klassische Personalführung hinausgeht. Ein zentrales Element unserer Mitarbeiterbindung ist die gelebte Wertschätzung. Jeder Mitarbeitende, ob in der Werkstatt, auf der Baustelle oder im Büro, wird als Teil des Ganzen wahrgenommen. Wir feiern Erfolge gemeinsam, hören aktiv zu und leben einen offenen Umgang miteinander. Dieses Miteinander fördert nicht nur Motivation, sondern auch Loyalität. Wir investieren kontinuierlich in moderne Maschinen, Werkzeuge und digitale Prozesse, um unseren Mitarbeitenden ein produktives und sicheres Arbeitsumfeld zu bieten. Auch das Thema Work-Life-Balance wird zunehmend wichtiger – hier versuchen wir, wo möglich, mit flexiblen Arbeitszeiten und individueller Einsatzplanung entgegenzukommen.

Leinen: *Wagen wir einen Blick in die Zukunft. Wie wird der Verkauf in 5 Jahren aussehen?*
Grimm: Der Verkauf wird noch digitaler und kundenorientierter sein. Virtuelle Beratungen, Augmented Reality zur Produktpräsentation, Online-Konfiguratoren und Chatbots werden an Bedeutung gewinnen.

Leinen: *Wir haben nun einiges über Ihren Verkaufsprozess erfahren. Welche Tipps geben Sie Ihren Kollegen abschließend mit?*
Grimm: Setzen Sie auf Qualität und Service, um sich vom Wettbewerb abzuheben. Nutzen Sie digitale Tools, um effizienter und kundenorientierter zu arbeiten. Investieren Sie in Ihr Team – motivierte und kompetente Mitarbeitende sind der Schlüssel zum Erfolg.

www.dallwig.de

Foto: Armin Leinen

Armin Leinen ist Experte für gelebte Kundenbegeisterung und Markenentwicklung im Handwerk. In seinen mitreißenden Vorträgen, u.a. „Rock dein Handwerk – mehr Marke, mehr Fachkräfte, mehr Freiheit" zeigt der bekannte Branchenexperte Herstellern, Händlern und Handwerkern anhand vieler praktischer Beispiele einerseits, wie sie Neukunden gewinnen, Kunden wahrlich begeistern, Preise durchsetzen und somit ihre Kunden-Marke im Wettbewerb erfolgreich herausstellen. Und andererseits, wie sie mit einer ausgezeichneten Arbeitgeber-Marke Fachkräfte binden, neue anziehen und sich somit als attraktives Unternehmen für eine spätere Übergabe herausputzen. Daneben coacht Armin Leinen auch Unternehmen und deren Mitarbeiter betriebsintern in praxisorientierten und intensiven Verkaufs- und Montageschulungen.

www.arminleinen.com