

WENN KUNDEN ZU PARTNERN WERDEN

Bei der PARAVAN GmbH setzt man in jeder Hinsicht auf Kundenorientierung.



Roland Arnold

Der Kunde im Mittelpunkt. Das ist bei PARAVAN keine allgemeine Floskel, sondern tatsächlich gelebte Philosophie. Der Firmename des 80-Mann-Unternehmens für behindertengerechte Fahrzeugumbauten leitet sich aus den Worten „Paraplegie“ (Querschnittslähmung) und „Van“ ab. Folglich sind die Kunden der Schwaben vor allem schwerbehinderte Menschen, die mobil sein wollen. Das Erfolgsgeheimnis von PARAVAN liegt dabei in einer ganz engen Beziehung zur Zielgruppe. „Nicht nur ich, sondern auch alle Mitarbeiter pflegen richtiggehend eine Freundschaft mit den Kunden“, so die Worte von Inhaber Roland Arnold. Worte, die authentisch wirken und hinter denen Überzeugung steckt.

Kunden verbringen bis zu einer Woche im Unternehmen.

Manche Kunden verbringen eine ganze Woche bei PARAVAN auf der Schwäbischen Alb. Im Analyse- und Testzentrum „Best Mobility“ finden z. B.

PARAVAN GMBH

Gewerk:	Behindertengerechte Fahrzeugumbauten
Standort:	Pfronstetten-Aichelau auf der Schwäbischen Alb
Wirkungsraum:	weltweit
Gründungsjahr:	1989
Kundenstruktur:	100% Privatkunden
Mitarbeiter:	80
Internet:	www.paravan.de

in einem Prüf- und Messwagen eine reale Kräftemessung und detailgenaue Bewegungsanalyse zur individuellen Bedarfsbestimmung des einzelnen Kunden statt. In der Behindertenfahrschule „Fun and Drive“ kann man den Führerschein erwerben, der firmeneigene Trainingsparcours erlaubt das Austesten verschiedener Bedienelemente und gibt Sicherheit im Lenken des eigenen Fahrzeugs.

Die dem Behindertengrad zu 100% individuell angepassten Autos ermöglichen selbst schwerstbehinderten Menschen, mit nur ein paar beweglichen Fingern ein Auto zu fahren und so ein Stück Freiheit zu genießen. In der Feinjustierung des Fahrzeugs arbeiten deshalb Kunde und Mechaniker für ein paar Stunden oder Tage eng zusammen. Das Fahrzeug kann sogar so eingestellt werden, dass nur eine leichte Kopfbewegung den Scheibenwischer aktiviert: Das ist individueller Service in Vollendung.

Die Zeit bei PARAVAN soll für den Kunden so angenehm wie möglich sein. So trägt das Kunden- und Beratungszentrum mit angegliedertem Restaurant und Entspannungsbereich nicht umsonst den Namen „Wohlfühl-Oase“ und auch die Kooperation mit dem ambulanten Kranken- und Pflegedienst der Diakoniestati-

on des benachbarten Ortes Münsingen trägt zur Sicherheit der behinderten Kunden bei. Zur Rundum-Betreuung zählen ebenso ein kostenloser Hol- und Bringservice vom und zum nächstgelegenen Flughafen oder Bahnhof sowie die Empfehlung von Partnerhotels.

Ideen von Kunden fließen direkt in die Entwicklung neuer Systeme ein.

Zwei besondere Garantien runden die Serviceleistungen von PARAVAN ab. Eine Geld-zurück-Garantie übernimmt die Reise- und Übernachtungskosten nach Aichelau bis max. 500 Euro, falls keine Mobilitätslösung für einen behinderten Interessenten gefunden wird. Die Perfect-Drive-Garantie räumt ein Rückgaberecht des Fahrzeugs ein. Dazu Inhaber Roland Arnold: „Wir verdienen am Verkauf und Umbau der Fahrzeuge, doch mit unserem umfangreichen Serviceangebot gehen wir stets in die Vorleistung.“

Die kostenlosen Vorleistungen spiegeln zum einen das soziale Engagement wider, das den Firmeninhaber von frühester Kindheit an prägt. Zum anderen sind sie für PARAVAN aber auch ein Alleinstellungsmerkmal in der Branche und verschaffen dem Unternehmen einen äußerst guten Ruf. Die mit der Rundum-Betreuung einhergehende intensive

ERFOLGSFAKTOREN DES BETRIEBS

- Firmenweit gelebte Philosophie: „Der Kunde im Mittelpunkt“
- Rundum-Betreuung des Kunden als Alleinstellungsmerkmal
- Nutzung von Anregungen und Ideen der Kunden als Basis für Neuentwicklungen
- Schulung von Partnerfirmen zur Gewährleistung von einheitlichem Standard

Kundenbeziehung vom Erstkontakt bis zur Nachkaufbetreuung bringt einen weiteren wesentlichen Vorteil: Die Anregungen und Ideen der Kunden fließen direkt in die Entwicklung neuer Systeme ein.



PARAVAN investiert viel in den Fortschritt, allein 10% der Mitarbeiter arbeiten in der Entwicklung. Monatlich setzt sich die Geschäftsleitung zusammen, diskutiert neue Ideen, priorisiert diese und unterstützt die achtköpfige Entwicklungsabteilung auch durch kurze Entscheidungswege von der Idee bis zur Umsetzung.

Mit „Space-Drive“ hat PARAVAN eine Technologie entwickelt, die das Lenken, Bremsen und Gasgeben per Joystick erlaubt. Die Innovation ist so heraus-

ragend, dass auch Industrie und Staat bereits darauf aufmerksam wurden. „Haben wir die Möglichkeit, unsere Entwicklungen in anderen Branchen zu vermarkten“, fasst Roland Arnold diesen Erfolg zusammen, „so erlaubt uns das die Refinanzierung, die Investition in neue Verfahren und das Senken der Preise.“ Kerngeschäft sollen allerdings auch weiterhin die Fahrzeugumbauten für Behinderte bleiben.

Weltweite Expansion und Ausbau des Marketings als Zukunftsziele.

Während in den letzten Jahren seit Auslieferung des ersten behindertengerechten Fahrzeugs im Jahre 1997 die Neuentwicklung von Systemen im Vordergrund stand, konzentriert man sich heute bei PARAVAN auf die strategische Produktvermarktung sowie auf die weltweite Expansion. Grundlage hierfür ist die bereits früher getroffene weitsichtige Entscheidung, dass die im Fahrzeug integrierten hauseigenen Systeme nicht nur von den PARAVAN-Spezialisten gewartet werden können, sondern auch vom fachkundigen Ansprechpartner des Kunden.

Die vollen Auftragsbücher basieren laut dem Inhaber auf vielen Weiterempfehlungen, Messeauftritten, Annoncen in Fachzeitschriften für Behinderte und

auf der umfangreichen und informativen Internetseite. Doch der Markt ist für Roland Arnold noch lange nicht ausgeschöpft: „Unserer Marktanalyse zufolge kennt PARAVAN nur einer von fünf Behinderten. Es ist jetzt an der Zeit, unseren Vertrieb und unser Marketing aufzubauen, PARAVAN zu einer Marke zu entwickeln“, beschreibt der Inhaber die kurz- und mittelfristigen Ziele. Ansprechbar will man vor allem Entscheidungsträger, also Kliniken, Therapeuten und Pflegeheime, die im hauseigenen Schulungszentrum „Wissenstransfer“ an Fortbildungsseminaren teilnehmen können. Hier werden auch Partnerfirmen und Lizenzpartner geschult, um einen einheitlichen PARAVAN-Standard zu gewährleisten. In Deutschland steht den Kunden ein flächendeckendes Netz mit 18 Servicestandorten zur Verfügung, weltweit ist PARAVAN mit 21 Partnern vertreten.

Die weitere Expansion wird mit kreativen Ideen – etwa einer Kooperation mit AVIS zur Vermietung von behindertengerechten Fahrzeugen – vorangetrieben. Doch auch hier steht ein Grundsatz vor allen anderen: Der Kunde muss im Mittelpunkt stehen.