

Zapf-Werke als Vorbild

Artikel in „brand eins“

BEHRINGERSDORF – Über zwei Seiten widmet das Wirtschaftsmagazin „brand eins“ in seiner Februar-Ausgabe den Behringersdorfer Zapf-Werken.

Die Zeitschrift – Auflage: rund 100 000 Exemplare – macht in diesem Monat Markenkommunikation zum Thema. Als gelungenes Beispiel beleuchtet Autor Harald Willenbrock eine Aktion der Zapf-Werke zu deren 111-jährigem Bestehen im vergangenen Jahr. Je zwei Mitarbeiter aus Produktion und Verwaltung hatten damals Kunden besucht, um deren Anforderungen zu erkunden.

Das Verhältnis zu dem Familienunternehmen habe sich durch das Experiment „Mitarbeiter interviewen Kunden“ verbessert, zitiert Willenbrock einen Abnehmer der Zapf-Kalksandsteine. Auch Hannes Zapf, einer der beiden geschäftsführenden Brüder, kommt zu Wort. Einen Vorsprung gegenüber den Konkurrenten könne man nur erzielen, sagt er, wenn „all unsere Mitarbeiter den Dienstleistungsgedanken verstehen“.