



## PROTOKOLL

### MCS Clubabend Hagleitner

#### Vortragender:

„Hagleitner - Innovation und Service“, Dr. Werner H. Bader

**Protokoll des Clubabends** des MCS am Dienstag, 19. März 2013, Hagleitner

Beginn: 19.00 Uhr

Ende: ca. 21.30 Uhr

#### Tagesordnung:

1. 18:30 Uhr Eintreffen der Mitglieder
2. 19:00 Uhr Begrüßung der Mitglieder
3. 19:10 Uhr Vorstellung der Unternehmensgruppe Hagleitner durch  
Dr. Werner H. Bader, Unternehmenssprecher
4. Anschl. Betriebsführung mit Johanna Klammer, Marketing
5. ‚get-together‘ bei Buffet

zu TOP 1: Eintreffen der Mitglieder

Die Mitglieder treffen von 18:00 bis 19:00 Uhr ein.

zu TOP 2: 19:00 Uhr Begrüßung der Mitglieder

Frau Präsidentin Magistra Sonja Henhagl-Röhrich begrüßt alle Anwesenden und überreicht Herrn Dr. Werner H. Bader ein Gastgeschenk im Namen des Marketing Club Salzburg als Zeichen des Dankes.

zu TOP 3: 19:10 Uhr Vorstellung der Unternehmensgruppe Hagleitner durch Dr. Werner H. Bader, Unternehmenssprecher

Herr Dr. Werner H. Bader begrüßt die Mitglieder des Marketing Club Salzburg und die Studierenden der Werbe-Design-Akademie am Stammsitz in Zell am See.

Die Erfolgsgeschichte begann im Jahre 1971 mit dem Vertrieb des NOLI Luftreinigungsgerätes durch den Gründer Johann Hagleitner. Zu Beginn der 80iger Jahre wurden erste eigene Produkte hergestellt und vertrieben. Inzwischen arbeiten ca. 850 Mitarbeiter in elf Ländern mit einem Umsatz von 80 Millionen Euro für die Unternehmensgruppe. Vertrieben werden die Produkte in insgesamt 65 Ländern durch eigene Niederlassungen und ein Vertriebsnetz. 2003 wurde das Unternehmen in der Rechtsform einer Stiftung verankert und mit einem klaren Bekenntnis zum Standort Zell am See ausgestattet.

Das Geschäftsmodell basiert auf den Kernkompetenzen der Waschraum-, Küchen-, Wäsche- und Objekthygiene. Darauf aufbauend stehen die zwei Säulen Innovation und Dienstleistung. Herr Dr. Werner H. Bader präsentiert das Produktspektrum von Hagleitner und betont den Servicegedanken, der einen sehr hohen Stellenwert in der Firmenstrategie

einnimmt. Hagleitner spricht für die elektrischen Geräte eine zehnjährige Funktionsgarantie aus.

Im Anschluss an die Präsentation ermöglicht Herr Dr. Werner Bader, den Anwesenden Fragen zu stellen. Am Standort Zell am See sind derzeit rund 250 Mitarbeiter beschäftigt. In der Vertriebsstrategie setzt Hagleitner auf das Vertriebsnetz der privaten Krombacher-Brauerei und den sog. Verlegern, so heißen in Deutschland die Getränkehändler. Bei der Frage nach der Einbeziehung der Kunden in die Produktentwicklung zitiert Herr Dr. Werner H. Braun Henry Ford: „Wenn ich die Menschen gefragt hätte, was sie wollen, hätten sie gesagt, schnellere Pferde.“ Herr Dr. Werner H. Braun betont den hohen Stellenwert der Qualität, der Innovationen aus der hauseigenen Entwicklung und des Produktdesigns. Hier arbeitet Hagleitner sehr selektiv mit spezialisierten Büros zusammen, die ihrerseits führend in der jeweiligen Zielgruppe sind. Darunter befinden sich aber auch lokale und regionale Agenturen. Herr Dr. Werner H. Braun bedankt sich für die Aufmerksamkeit und übergibt an die Mitarbeiterin Frau Johanna Klammer, die zusammen mit ihrer Kollegin die Führungen durch das Stammhaus leitet.

#### Zu Top 4 Anschl. Betriebsführung mit Johanna Klammer, Marketing

Frau Johanna Klammer und ihre Kollegin führen die Anwesenden in zwei Gruppen durch die einzelnen Abteilungen einschließlich der Produktion. Die vier Kernkompetenzen, die Herr Dr. Werner H. Braun in seinem vorausgegangenen Vortrag beschrieb, finden sich in einem Showroom in Form von vier gestalteten Messeständen wieder. Auf diesen Ständen sind die Produkte für die Waschraum-, Küchen-, Wäsche- und Objekthygiene in einem schlüssigen Gesamtkonzept in das rechte Licht gerückt. In einem daran anschließenden „Wertefilm“ werden die folgenden Unternehmenswerte von Hagleitner hervorgehoben.

- Qualität
- Zukunft
- Begeisterung
- Tradition
- Mensch

Die Besucher betreten nach der Filmvorführung einen räumlichen „Wertepfad“ mit sinnlichen Effekten. Im Bereich des Haupteinganges wurden die Anwesenden zum Abschluss auf zwei

gestalterische Besonderheiten hingewiesen: Der Bodenbelag in der Lobby, der sich vom Haupteingang zur Mitte des Raumes hin in der Oberflächenqualität von rau bis spiegelglatt verändert und damit den Weg des Unternehmens von den schwierigen Anfängen zum Erfolg symbolisch nachzeichnen soll. Die Glasskulptur mit der Bezeichnung „Sonne“, die sich an einer hohen Wand in der Eingangshalle befindet. Die schuppenartigen, sich überlappenden und leicht gekrümmten Glaselemente wurden vom Geschäftsführer Hans Georg Hagleitner zusammen mit seinen Mitarbeitern in gelben Nuancen gestaltet. Die Farbe Gelb spielt auch im Farbkonzept der Innenräume eine bewusst akzentuierte Rolle, die vor allem in der Produktion in Erscheinung tritt.

Ausklang: ‚get-together‘ bei Buffet