

Saubere Luft auf Empfehlung

Michael Hausenblas spricht im Interview über das Hyla-Direktvertriebs-Modell

Michael Hausenblas hat sich als Geschäftsführer der Hyla Germany GmbH mit Leib und Seele dem Direktvertrieb von Hyla-Hightech-Staubsaugern verschrieben. Dabei könnte man ihn nicht als Verkäufer, sondern eher als Begeisterter bezeichnen. Denn mit jedem Satz spürt man, dass er von seinem Produkt zu 100 Prozent überzeugt ist, ja dass er es liebt. MoneyMaker-Herausgeber Bernd Seitz sprach mit Michael Hausenblas über sein Geschäft, über Werte und Visionen.

MoneyMaker: Herr Hausenblas, zugegeben, ich habe sehr selten einen Staubsauger in der Hand, deshalb auch gleich einmal die Frage, warum sich ein Haushalt oder auch Büro für rund 1.600 Euro einen Hyla-Staubsauger kauft, wenn es auch für ein paar hundert Euro einen Staubsauger gibt?

Michael Hausenblas: Ohne zunächst einmal auf technische Details und völlig unterschiedliche Nutzen einzugehen, die Gegenfrage, warum Sie einen Mercedes fahren, wo doch ein Auto, das nur einen Bruchteil Ihres Fahrzeugs kostet, Sie auch von A nach B bringen könnte?



„Unsere Kunden und Vertriebspartner haben Vertrauen zu unserem Unternehmen und seinem Produkt“, ist sich Michael Hausenblas sicher.

Hyla ist seit über 20 Jahren das Hightech-Reinigungssystem, das während der normalen Reinigung Feinstaub, Gase, Allergene und Milben entfernt und gleichzeitig die Raumluft aromatisiert. Der Kauf eines Hyla ist also ein großer Schritt in Richtung Gesundheit und Wohlbefinden. Es stellt sich also nicht die Frage nach teuer oder billig, sondern nach dem tatsächlichen Nutzen eines solchen Gerätes. Wer diesen hohen Reinigungsgrad einmal selber erlebt hat, möchte auf sein Hyla-Reinigungssystem ganz sicher nicht mehr verzichten.

MM: Hyla wird seit der 1990 erfolgten Unternehmensgründung ausschließlich im Direktvertrieb verkauft. Wie kommen Ihre in Deutschland tätigen Vertriebspartner jeden Tag an ihre Kunden? Oder ist das ein Betriebsgeheimnis?

Hausenblas: Nein, darüber können wir gerne sprechen. Hyla-Vertriebspartner sind sehr gut geschulte und entsprechend kompetente Kundenberater, die ihre Kunden nicht von Haustür zu Haustür suchen müssen, sondern feste Termine aufgrund von Empfehlungen zufriedener Hyla-Kunden bearbeiten. Dies hat außergewöhnlich hohe Abschlussquoten zur Folge.

Auch unseren Nachwuchs an haupt- und nebenberuflichen Vertriebspartnern und Hyla-Fachhändlern rekrutieren wir weitgehend aus Kundenempfehlungen und gar nicht so selten werden aus Kunden Geschäftspartner im Vertrieb.

Der Hauptgrund liegt wohl darin, dass wir neben einem fantastischen Produkt auch den Einstieg bei Hyla sehr leicht machen. Die neuen Partner werden komplett kostenlos ausgebildet, gehen keinerlei finanzielles Risiko ein, da sie die Vorführgeräte auf Kommission gestellt bekommen und ihnen die Terminvereinbarung zu potenziellen Neukunden beigebracht wird.

MM: Der Direktvertrieb lebt in der Regel vom Folgegeschäft. Wie sieht es da bei Hyla-Produkten aus? Einen neuen



Verspricht nicht nur Sauberkeit sondern auch guten Geruch.

Staubsauger kauft man ja nicht jedes Jahr.

Hausenblas: Das ist richtig. Ein Hyla-Staubsauger ist von solch hoher Qualität, dass er in der Regel zwischen fünf und zehn Jahren im Einsatz ist oder auch noch länger. Dann aber können wir fast sicher sein, dass der Kunde wieder ein Hyla-Gerät haben möchte. Neben der Empfehlung im Bekannten- und Kollegenkreis lösen zunehmend Familienmitglieder Hyla-Bestellungen aus. Die Eltern hatten schon Hyla, also sind auch die flügge gewordenen Kinder fast automatisch unsere Kunden.

Nicht ohne Grund: Wer einen Hyla-Staubsauger im Haushalt oder Büro hat, kann meist den Geruch eines herkömmlichen Staubsaugers

nicht ertragen. Von der Sauberkeit einmal ganz abgesehen.

MM: Werte und Visionen, was ist für Hyla Germany wichtig?

Hausenblas: Unsere Kunden und Vertriebspartner haben Vertrauen zu unserem Unternehmen und seinem Produkt. Wir machen ein solides, ehrliches Geschäft und wachsen kontinuierlich, aber ohne Krampf. Derzeit suchen wir bundesweit Gebietshändler. Ich werde ab April in den erforderlichen Gebieten – unter anderem München, Frankfurt, Nürnberg, Düsseldorf, Köln, Hamburg und Berlin – leben, um dort die Standorte aufzubauen und die zukünftigen Vertriebspartner aufzubauen. Wir haben also noch große Visionen.