

A photograph of Professor Willem Verbeke, a middle-aged man with a shaved head, wearing a dark suit, white shirt, and a striped tie. He is standing with his arms crossed in an urban setting with blurred buildings and lights in the background.

PROFESSOR WILLEM VERBEKE

Weiterentwickeln, **entdecken** und die Vorteile von Weiter- bildung nutzen

Die Welt verändert sich mit atemberaubender Geschwindigkeit. Informationelle und technologische Entwicklungen finden mit beispielloser Geschwindigkeit statt. Vor diesem Hintergrund gibt es nur zwei Möglichkeiten: Entweder Sie machen mit oder Sie fallen zurück. Sich für das Mitmachen zu entscheiden, bedeutet, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln, Herausforderungen anzunehmen und die persönliche Bildung wo erforderlich zu vervollständigen. In diesem Zusammenhang hat Purmo Radson LVI eine Reihe von Weiterbildungs- und Trainingsprogrammen entwickelt, darunter eines in enger Zusammenarbeit mit Professional Capital und der Erasmus Universität von Rotterdam.

“Ich glaube, dass dies eine bizarre Welt ist”, lautet Professor Willem Verbeke (Professional Capital) Eröffnungsbemerkung. Er hat, gemeinsam mit Maarten Colijn, ein intensives Trainingsprogramm für das obere Management von Purmo, Radson und LVI entwickelt, das an der Erasmus Universität von Rotterdam gelehrt wird. “Ich glaube, dass dies eine bizarre Welt ist, weil wir nicht länger über ein Gedächtnis verfügen. Entwicklungen finden derart schnell statt, dass wir schlicht und einfach nicht die Zeit haben, alle Informationen abzuspeichern, die uns erreichen. Folglich reagieren wir auf eine ursprüngliche und spontane Art und Weise, glauben, dass unsere Beweglichkeit entscheidend für unseren persönlichen und geschäftlichen Erfolg ist. Wie dem auch sei, das bedeutet nicht, dass wir jede Entwicklung mitmachen müssen, aber es bedeutet, dass wir im Tandem und mit größtmöglicher Flexibilität auf diejenigen Ereignisse reagieren müssen, die für uns von Bedeutung sind. Wir müssen vorwegnehmen und lernen. Jeden Tag von neuem. Das ist jedenfalls die Grundidee.”

TEAMWORK IST DER SCHLÜSSEL

“Unternehmen und Organisationen profitieren am meisten von Personen mit großer sozialer Intelligenz. Sie engagieren sich in Diskussionen mit Geschäftspartnern auf aufmerksame und verständnisvolle Weise. Sie wissen besser als jeder andere, dass es wichtig ist, das Gehörte in konkrete und pragmatische Schritte und Lösungen zu übersetzen. Schritte, die unsere Gesprächspartner suchen. Weil sie ihr Wissen und ihre Erfahrung ebenfalls teilen wollen, damit sie den nächsten Schritt mit uns gemeinsam machen können. Sie stehen genauso dem Problem gegenüber, dass sie nicht mehr die Zeit haben, mit der ungeheuren Geschwindigkeit neuer Entwicklungen Schritt zu halten. Und uns ist angeboren, dass wir vorne bleiben wollen! Also ist Teamwork der Schlüssel.”

NEUE GELEGENHEITEN

Professor Willem Verbeke fährt fort: “Verkaufsprofis verfügen von Natur aus über soziale Intelligenz. Sie haben Fähigkeiten, die es ihnen ermöglichen, sehr schnell neue Beziehungen aufzubauen. Sie sehen und erkennen Gelegenheiten, die ihrem Gesprächspartner und ihnen Wachstum ermöglichen. In unserem Seminar an der Erasmus Universität zeigen wir Leuten von Purmo, Radson und LVI die Chancen, die die Moderne ihnen bietet. Wir zeigen ihnen, wie sie sich verändern müssen, damit sich die Dinge nach und nach zu ihrem Vorteil entwickeln. Als Menschen und als Profis. Ein neues Bewusstsein, eine neue Geisteshaltung,



die zur Moderne passt. Eine Zeit, die nicht nur Schnelligkeit und Kreativität verlangt, sondern auch unternehmerisches Verhalten. Mit anderen Worten: Unternehmertum. Es findet trotz allem nicht einfach statt, Sie müssen bereit sein, dafür zu kämpfen. Und es geht nicht darum, was Sie wollen, sondern vor allem darum, was Ihre Kunden wollen. Wenn wir erfolgreich sein wollen und uns unterscheiden, dann werden wir die Interessen unserer Kunden über unsere eigenen stellen. Lesen Sie zwischen den Zeilen und erkennen, dass das bedeutet, nach impliziten Bedürfnissen zu suchen.”

WIR LERNEN AUS UNSEREN FEHLERN

“Um langfristig erfolgreich zu sein und sich hervorzuheben ist es unerlässlich,

Informationen und Wissen mit allen auszutauschen. Der Gedankenaustausch liegt im Interesse des Teams, der Gemeinschaft und des Unternehmens”, erklärt Professor Willem Verbeke. “Denn sowohl die Menschen als auch das Unternehmen müssen wachsen. Das Unternehmen ist die ultimative Quelle, an der alles Wissen zusammenkommt, gefiltert wird, um dann erneut mit allen ausgetauscht zu werden. Wissensaustausch bedeutet Wissensvermehrung. Aber Lernen beinhaltet das Machen von Fehlern und das Lernen daraus. So ist es eben. Menschen müssen konsequenterweise die Chance haben, Fehler zu machen. Fehler, aus denen beide, sie selbst und die Firma lernen. Weil Lernen Veränderung bedeutet und Veränderung Lernen. Wenn Sie mit der Zeit gehen wollen, müssen Sie offen für Veränderungen sein. Und das bedeutet Veränderungen im weitesten Sinne. Denn wenn Sie etwas lernen, verändert sich nicht nur etwas in Ihrem Kopf, sondern auch in Ihrem Verhalten. Bestimmte Verbindungen werden stärker, und Menschen lernen nicht nur, anders zu denken, sondern auch anders zu handeln.”

SICH SELBST BEWUSST UND SELBSTBEWUSST

“Wir konzentrieren uns in unserem Trainingskurs unter anderem darauf, wie und was Sie von anderen lernen können, inklusive Kollegen, Kunden und strategischen Partnern. Und umgekehrt: Was können Sie anderen beibringen? Wo wollen wir hin? Wo gehen wir hin? Und was werden wir dort machen? Fragen wie diese lehren Menschen, über die Ziele ihres täglichen Handelns nachzudenken. Letztendlich helfen wir den Leuten dabei, sich selbst wieder bewusster zu werden. Was in der Praxis bedeutet, dass sie dem Markt mit mehr Selbstbewusstsein verbunden mit der nötigen Introspektion gegenübertreten”, schließt Professor Willem Verbeke. ■



Du lernst nur, die Dinge ins Lot zu bringen, wenn Du herausfindest, was schief läuft

Purmo informiert auf TGA Fachforum

Das TGA Fachforum wird jährlich in vier deutschen Großstädten veranstaltet und ist eine wichtige Plattform für den Informationsaustausch zwischen Planern und Branchen-Experten. Seit Jahren engagiert sich Purmo hier mit Themen rund um den Raumklimakomfort und den effizienten Einsatz von Wärmüberträgern. Im Rahmen des Forumthemas "Intelligente Energiekonzepte" berichtete Purmo-Referent Manfred Falk, Verkaufsbereichsleiter bei Rettig Germany, im Sommer 2011 über die neuesten Forschungsergebnisse aus Deutschland und Skandinavien. Vielen Planern war die Tatsache neu, dass Niedrigtemperaturheizungen mit Heizkörpern einen hohen thermischen Komfort bieten. Mit großem Interesse diskutierten die Planer die von Purmo präsentierten Forschungsdaten.



Zukunft wird Purmo diese Plattform nutzen, um die Kompetenz der Marke zu präsentieren und die Branche über wichtige Heizungsthemen zu informieren. ■

Veranstalter des Fachforums ist die "tab", eine der führenden Fachzeitschriften der TGA-Branche in Deutschland. Auch in

Wiese als Werbemedium

Ein 75 Meter breiter und 65 Meter hoher Schriftzug auf einer Wiese verblüfft ganzjährig die Autofahrer auf der Autobahn A7 in der Nähe von Kassel (Deutschland). Wie die geheimnisvollen Kornkreise erscheint der riesige Schriftzug "PURMO.DE" mitten aus dem Nichts. Das überrascht und schafft maximale Aufmerksamkeit. Rund 53.000 Autofahrer passieren täglich diese ungewöhnliche Werbefläche und haben unverstellte Sicht auf die Internetadresse. Diese Werbung steht konkurrenzlos da und kann nicht – wie etwa klassische Anzeigen in Druck- und Online-Medien – überblättert oder weggeklickt werden.



Die Wiesenwerbung verschafft Purmo nicht einfach nur Aufmerksamkeit, sie hat zugleich eine ökologische Komponente. Die Verknüpfung der Marke Purmo mit

der Landschaft weckt Assoziationen an den schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen – ein Thema, das dem Unternehmen seit jeher am Herzen liegt. ■

Purmo sponsert Schwimmsport-Nachwuchs

Nachwuchssportler brauchen Unterstützung, damit sie sich mit ganzer Kraft auf ihr Training konzentrieren können. Mit Marina und Ramona Sulzmann sponsert Rettig Germany zwei junge Schwimmerinnen, die sich trotz ihrer Jugend bereits in zahlreichen Wettkämpfen ausgezeichnet haben. Ramona (19 Jahre) errang 2009 bei den Deutschen Meisterschaften Kurzbahn Bronze und 2011 bei den Bayerischen Meisterschaften Kurzbahn sogar Gold. Ihre zwei Jahre jüngere Schwester steht ihr in nichts nach. Marina holte 2011 bei den Bayerischen Meisterschaften Langbahn zweimal Silber und einmal Bronze.

Bei Rettig Germany schätzt man den sportlichen Ehrgeiz und die Leistungsbereitschaft der Sportlerinnen. Das passt gut zum Unternehmen und der Marke. Im Gegenzug stehen den Schwimmerinnen aus München die Kappen mit dem Purmo-Flammenlogo ausgezeichnet. ■




45 Jahre handwerkliche Spitzenqualität

Radson ("Rad" steht für Radiatoren, "Son" für Zonhoven) wurde 1966 gegründet und feierte 2011 sein 45jähriges Bestehen! In den letzten Jahrzehnten hat die Marke eine führende Stellung in der europäischen Heizungsindustrie errungen. Das unabhängige Marktforschungsinstitut USP Marketing Consultancy ermittelt alle zwei Jahre die Markenbekanntheit, das Image und die Markenstärke unter Installateuren und Beratern auf dem holländischen Installationssektor. Diese Studie zeigt, dass Radson die bekannteste Marke in den Niederlanden ist. "Trendsetter", "ehrlich" und "verantwortungsbewusst" sind die Begriffe, die am häufigsten mit der Marke verbunden werden. Der Markt beurteilt Radson als einen Heizkörperhersteller mit hervorragendem Preis-Leistungs-Verhältnis (mehr als acht von zehn holländischen Installateuren und Planern kennen Radson). Dieses Ergebnis kann nicht überraschen, wenn man bedenkt, dass für Radson schon immer Qualität und Innovation im Mittelpunkt standen. Radson ist eine Marke, die Generationen überspannt und auf langfristigen Partnerschaften fußt. Für das Unternehmen ist das einer der wichtigsten Werte, auf denen sich eine Marke erfolgreich aufbauen lässt. Dies zeigt sich auch darin, dass Radsons Umsatz 2011 in Belgien zum ersten Mal die 35-Millionen-Euro-Marke übertraf. ■



Eine Marke steigt auf

Was ist majestätischer als ein Heißluftballon, der hoch oben in den Lüften schwebt? Kaum jemand, der nicht sehnsüchtig hinaufschaut und gerne mitfahren würde. Mit seinem Purmo-Ballon erreicht Rettig Germany maximale Aufmerksamkeit. Vor allem auf dem größten Ballonfestival Europas, das jährlich im deutschen Warstein stattfindet. Dann steigt das Purmo-Luftschiff mit hunderten anderen Ballons in den Himmel – vor den Augen von ein- bis zweihunderttausend Gästen, die das dreitägige Festival besuchen. Die Warsteiner internationale Montgolfiade wurde nach den Brüdern Montgolfier, den Erfindern des Heißluftballons, benannt und ist der wichtigste Wettbewerb des europäischen Ballonsports. Für Rettig Germany ist das Event eine einzigartige Gelegenheit, die Marke Purmo einem breiten Publikum zu präsentieren. ■