Sommer 2023

TRAPLINKED MAGAZIN

UND IN DER PRAXIS?

Vier exklusive, ehrliche Stories mit Schädlingsbekämpfungs-Profis. Konzepte, Chancen, Gefahren.

INS KALTE WASSER SPRINGEN

Geschäftsführer Daniel Pelikan erinnert sich an sein erstes Jahr bei traplinked

4 Jahre traplinked

QUALITÄTS-OFFENSIVE

Neuer Leiter für Kunden-zufriedenheit erzählt, was kommt

INHALT

HIGHLIGHT: **IM KUNDEN-GESPRÄCH**

SEITE 3-6

EIN GANZ NEUES LEVEL AN QUALITÄT
(Hackbarth Schädlingsbekämpfung)
Frisch gegründet ist der Aufbau eines Kundenstamms entscheidend wichtig. Sebastian Hackbarth verrät sein Erfolgsrezept.

SEITE 7-10

DIE KONSERVATIVE REVOLUTION
(BIO-TECH)
Qualität steht an oberster Stelle des Traditionsunternehmens BIO-TECH aus Österreich. Wie dieses Konzept in zeitgemäßer Praxis aussieht, erzählt Julien Simpkins.

SEITE 11-12

MODULARITÄT: DAS A UND O (Supella)
Andreas und Ilka Behrens lieben die Arbeit mit den traplinked Fallen. Doch fast wäre die Zusammenarbeit nicht zustande gekommen.

SEITE 13-17

VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN
(Heide-Bäckerei Meyer)
Haustechniker Sascha Erxleben spricht über Chancen und Herausforderungen einer internen Schädlingsbekämpfung.

DAS TEAM BERICHTET

SEITE 21-25

DIE HARTE SCHULE GENOSSEN
Raus aus dem Konzern – rein ins kalte Startup-Wasser. Traplinked Geschäftsführer Daniel Pelikan liebt Herausforderungen. Im Interview berichtet er von seinen turbulenten ersten Monaten.

SEITE 27-29

ENTWICKLUNGSABTEILUNG DER SCHÄDLINGSBEKÄMPFUNG
Fast wäre Jens Block selber Schädlingsbekämpfer geworden, doch seine Position als Vertriebsleiter bei traplinked erfüllt ihn auch: Hier kann er vielen Schädlingsbekämpfern helfen.

SEITE 31-36

GESCHÄFTSFREUNDSCHAFTEN
Er hat eine lange Reise hinter sich – genau genommen viele: Vertriebler der ersten Stunde Alexander Kusch berichtet.

RATGEBER & NEWS

SEITE 39-40

WERBETROMMEL RÜHREN – ABER GÜNSTIG
Wie Sie in wenigen Minuten mit Hilfe kostenfreier Tools für Ihr Unternehmen werben können, zeigen wir in diesem Ratgeber.

SEITE 41-43

PROFI-TIPPS ZUR KUNDENAKQUISE
Bewährte Strategien unserer erfolgreichsten Kunden.

SEITE 45-46

PRIO 1: KUNDENZUFRIEDENHEIT
Traplinked startet in die Qualitätsoffensive. Ein Gespräch mit dem neuen Leiter für Kundenzufriedenheit Benjamin Braun.

SEITE 47-48

TRAPLINKED IMPACT IM ALLTAG
Wie traplinked täglich hilft, eine nachhaltige Zukunft zu erschaffen.

Und wieder ein Jahr vorbei

Als im September 2019 die Unterschriften unter dem Gesellschaftsvertrag trockneten, war die Euphorie groß. Doch eine Pandemie, einen Krieg und eine Weltwirtschaftskrise später ist klar, dass traplinked zu einem besonders herausfordernden Zeitpunkt der jüngsten Menschheitsgeschichte das Licht der Welt erblickt hat. Im In-Person-Gespräch verkauft – plötzlich Kontaktverbot. Eine Supply-Chain aufgebaut – direkt wieder eingebrochen. Aber: Heute geht es uns gut. Besser denn je.
Die Tatsache, dass wir heute trotz aller Hindernisse den vierten Geburtstag des Fallen-Digitalisierers aus Nürnberg feiern dürfen, sehen wir als ein positives Zeichen für die Zukunft.

In dieser ersten Ausgabe des traplinked Magazins laden wir Sie ein, hinter die Kulissen zu blicken und teilzuhaben an dem, was unser Team erreicht hat. Viel Spaß!

Tim Kirchhof, Gründer & Geschäftsführer

EIN GANZ NEUES LEVEL AN QUALITÄT

Er hält im Satz inne als ein Quadbike an uns vorbei und hundert Meter weiter in einen Tümpel brettert. Hoch spritzt der Schlamm, der Mann mitte fünfzig am Steuer teilt das stehende Gewässer.
"Mein Nachbar", erklärt Sebastian Hackbarth lachend. "Der hat den Teich extra für sein Hobby angelegt."

Dieser nächste Nachbar wohnt mehr als einen Kilometer entfernt von dem nordischen Haus mit Strohdach knapp hinter Sieverstedt, nahe der dänischen Grenze. Hier draußen, wo der Sternenhimmel noch klar ist und es außer Rapsfeldern wenig zu sehen gibt, befindet sich eine Enklave moderner Zivilisation: Eine E-Ladesäule prangt vor der Grundstücksmauer, das Scheunendach ist fast vollständig zugedeckt mit Solarzellen und im Haus befindet sich das Hauptquartier der digital-affinen Firma Hackbarth Schädlingsbekämpfung und Wildtiermanagement. Und das Hauptquartier eines renommierten Hundezüchters. Und das eines Jägers.

"Es kommt selten vor – aber da war ich erstmal sprachlos."

Als wir die Unterhaltung wieder aufnehmen, verliert Hackbarth keine Sekunde. Man merkt, dieses Thema ist ihm sehr wichtig.
"'*Servicequalität sinkt beim Einsatz digitaler Fallen – weil man mehr Geld dafür verlangt, dass man weniger kommt?*' Als ich das gehört habe, ist mir die Spucke weggeblieben. Also es kommt selten vor – aber da war ich erstmal sprachlos." Hackbarth schüttelt den Kopf.

Im ersten Leben hat er Koch gelernt, doch das habe ihn nie erfüllt. Nach dem Jagdschein entdeckte Sebastian Hackbarth seine eigentlichen Interessen: Spurenlesen, Verhaltensmuster von Tieren verstehen, Lösungen finden. Also folgte die Umschulung zum Schädlingsbekämpfer. "Das war DER Schritt in meinem Leben", erzählt er. Seit 2022 ist Hackbarth selbstständig.

Das genaue Gegenteil sei der Fall, erzählt uns der Schädlingsbekämpfungsprofi.
"Ich stehe in viel engerem Austausch mit QM/QS, denn die möchten auch gerne wissen, was Phase ist. Ich gucke regelmäßig ins System. Ich weiß, was passiert."
Hackbarth spricht aus Erfahrung: Vom Supermarkt bis zum Bauernhof weist der Schädlingsbekämpfer einen fast ausschließlich digitalen Kundenstamm auf.

"Ist nicht schlimm. Das zeigt meinem Kunden, das System funktioniert."

"Ich habe vielleicht Zeiten, in denen ich dreimal im Monat hin muss. Es kann ja immer eine Zuwanderung oder Einschleppung geben. Natürlich gibt es dann auch mal einen Monat, wo ich nicht da bin. [Auch gibt es] immer mal eine Auslösung, durch einen der Mitarbeiter – sei es bei der Reinigung oder beim Hin- und Herstellen von Ware. Eine Fehlauslösung lässt sich nicht vermeiden, ist aber auch nicht schlimm. Denn das zeigt meinem Kunden, das System funktioniert."
Der Techniker bekommt in jedem Fall eine Meldung und kann sich mit dem Betrieb in Verbindung setzen oder hinfahren. Durch diese schnelle Reaktion, auch auf eine Fehlauslösung, sei die QS informiert und vom permanenten Rundumschutz überzeugt.

"Der Kontakt wird enger und besser und die Abstimmung wird deutlich besser", fasst Hackbarth zusammen. "Die Qualität... das ist ein ganz anderes Level an Servicequalität. Überlegen wir doch mal bei der klassischen Schädlingsbekämpfung", sinniert der Unternehmer, der seine Laufbahn in einem traditionell arbeitenden Schädlingsbekämpfungsbetrieb begonnen hatte. "Der Techniker fährt auf den Hof, geht hin, sagt 'Hallo, hier bin ich, habt ihr ein Problem gehabt? Nein?' Dann geht er seinen Rundgang, guckt in alle Boxen rein. Im besten Falle tippt er noch in sein Handgerät, das ganze kommt noch digital auf den Rechner.'"
"'Bekomme ich noch eine Unterschrift? Danke", Hackbarth streckt emotionslos eine Hand zum

"Mein Steckenpferd ist innovatives Arbeiten."
Das Werkzeug, das Hackbarth im Alltag am meisten einsetzt, ist sein Smartphone – seine Schaltzentrale. Hier laufen alle Meldungen zusammen über Fallenauslösungen, Kameras und auch Kundentermine sind schnell koordiniert.
"Ich weiß sofort, wo sich die anderen Techniker befinden, wen ich hinschicken kann, wer Zeit hat."

Gruß aus, um die Demonstration zu vollenden. "Wo ist da der Service?", fragt er.

"Du brauchst keine Zeit mehr an deinem Schreibtisch verbringen."

Seine Kundengespräche baut der Schädlingsbekämpfer anders auf: "Ich war bei einem Kunden zum Angebotsgespräch: 'Pass auf, ich möchte dir etwas super-geiles zeigen. Ich kann dir einen Mehrwert bieten, der für dich sogar finanziell interessant ist.' Das gefällt dem Kaufmann: 'Mehr Leistung für weniger Geld? Komm vorbei, ich nehm mir die Zeit.'"

Im Termin berichtet Hackbarth von der digitalen Rundumbetreuung: "'Ich biete dir digitale Schlagfallen an, digitale Überwachung, digitales Monitoring, digitale Berichterstattung, digitale Rechnung. Du brauchst keine Zeit mehr an deinem Schreibtisch verbringen, sparst du dir. Du hast 24/7 Überwachung, höchsten Servicekomfort – zu dem Preis.' Und dann guckt der mich an und sagt: *'Weißt du was? Ich habe jetzt einen von den größeren [Schädlingsbekämpfern] – die bieten mir das Ganze in analog für nicht mal 20 Euro weniger als du.'"*

Sebastian Hackbarth weiß, wovon sein Kunde, von dem er sofort die Zusage erhielt, spricht. Nach seiner Arbeit als Techniker bei einem "von den Größeren" wagte Hackbarth schließlich den Sprung in die Selbstständigkeit, um neue, innovative Wege zu beschreiten und Kunden eine zeitgemäße Betreuung zu bieten.
"Ich habe noch nie das Problem gehabt, dass ich einen Kunden wirklich überzeugen musste. Nie: Wie kriege ich den jetzt dazu, dass er das System nimmt? Wie tief muss ich das Portemonnaie aufmachen? Prinzipiell habe ich noch nie jemanden erwischt, der gesagt hätte 'Nee, das finde ich irgendwie doof.' Oder 'Ich kann den Mehrwert nicht sehen'. Jeder QM-ler/QS-ler, mit dem ich bis jetzt gesprochen habe, hat sofort gesagt: *'Was? 24/7-Überwachung? Das ist geil. Das wollen wir haben. Digitale Berichtsführung? Ich brauche keinen extra Ordner mehr?!'"*

Die Transparenz und Zusammenarbeit zwischen Schädlingsbekämpfer und Kunde, die durch die digitale Arbeitsweise entsteht, bildet für Hackbarth den Hauptunterschied zur traditionellen Schädlingsbekämpfung.

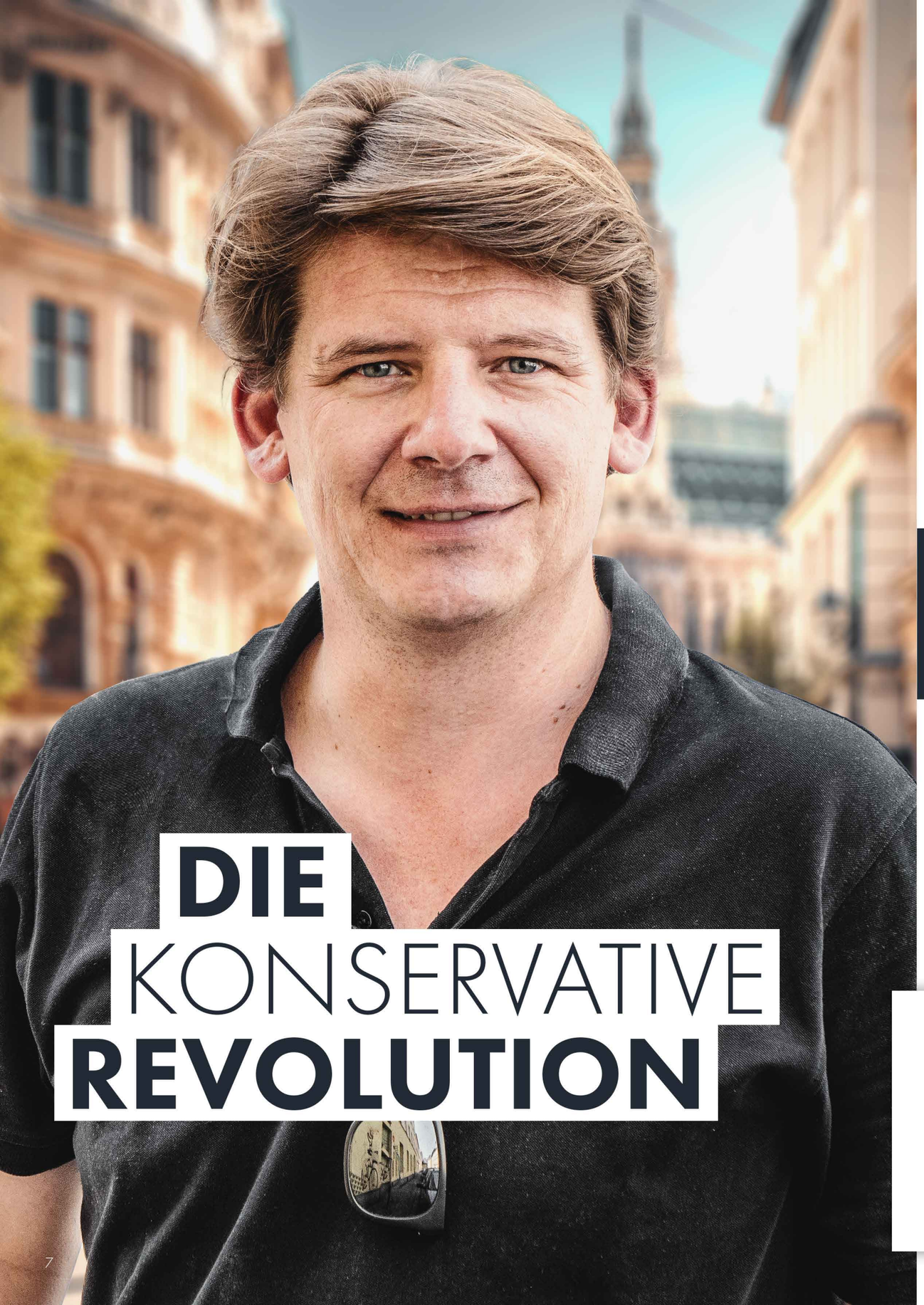
"Der Kunde merkt: Der kommt nicht nur und schickt mir eine Rechnung – der nimmt sich meines Betriebes an."

"Wenn ich sehe, dass [bei der traditionellen Schädlingsbekämpfung] alle vier Wochen jemand kommt und in eine Box mit einem Köderblock schaut, mit Handscanner einscannt und dann bekomme ich das ganze per Post zugeschickt und muss es selber wegheften – das ist alles, woraus der Kontakt zwischen Techniker und Kunden letzten Endes besteht. Stehen sie aber im Austausch über die digitalen Fallen, hat der Kunde das Service-Gefühl auf einmal auf einer ganz anderen Ebene. Weil er merkt: Der kommt nicht nur und schickt mir eine Rechnung, nein, der nimmt sich [meines Betriebes] an."

"Egal, ob ich schlecht geschlafen habe. Die Falle arbeitet immer gleich."

Der Einsatz automatisch überwachter Kontrollpunkte ist für Hackbarth auch ein Leistungs-Garant:
"Jeder zertifizierte Betrieb – die haben genug zu tun. Die wollen sich nicht noch mehr Arbeit ans Bein binden. Die wollen wissen, was Phase ist. Und die wollen nicht ihre Hand dafür ins Feuer legen, dass alle immer ihre Arbeit genauso machen, wie sie sollen", weiß Hackbarth. "Alle haben mal einen schlechten Tag. Das gleichst du aber mit digital aus, denn die Falle arbeitet immer gleich. Egal, ob ich schlecht geschlafen habe, egal, ob meine Frau auf mich sauer ist, oder das Auto eine Panne hatte. Die Falle arbeitet immer gleich."

Die Wichtigkeit, optimalen und effizienten Service zu bieten, wächst dabei in den Augen Hackbarths immer schneller.
"Wir rücken immer mehr in die Natur, die Natur wird immer kleiner, die Tiere rücken immer näher an uns, Menschen brauchen Hilfe", resümiert der Jäger, Schädlingsbekämpfer und Hundezüchter. Er weiß, wovon er spricht: Viele Unternehmer in seiner Umgebung zählen zu seinem Freundeskreis, bei einem Abstecher nach Flensburg erhalten wir den Eindruck, Hackbarth kenne die ganze Stadt beim Namen. Er kennt die Menschen und Ihre Probleme und nimmt sich derer individuell an – mit modernster Technologie, aus Überzeugung.
"Du musst schon daran glauben, was du tust", wie Hackbarth selber immer sagt.



DIE KONSERVATIVE REVOLUTION

Mit seinem forstwirtschaftlichen und jagdlichen Hintergrund lag für Julien Simpkins nach der Uni der Sprung in die Schädlingsbekämpfung nahe. Seit über 10 Jahren ist der halbe Südafrikaner nun schon bei BIO-TECH im Einkauf, Vertrieb und Projektmanagement tätig. Jedes Projekt bietet eine neue Herausforderung – genau das mag Simpkins.

Als wir in die Zielstraße einbiegen, sehen wir ihn bereits: Auf dem winzigen Balkon des im Mehrparteienhaus angesiedelten Wiener Büros der Firma BIO-TECH steht Julien Simpkins und telefoniert.

Telefonieren tut Simpkins häufig: Bei knapp dreißig Mitarbeitern, die über Österreich und Deutschland verteilt sind, gibt es allerhand zu koordinieren. Jedoch nicht zu viel, denn das Traditionsunternehmen setzt auf besonders hochwertige Ausbildung, um jedem Kollegen einen großen Handlungsspielraum zu erlauben. "Die gut ausgebildeten Mitarbeiter sind unser Rückgrat", erzählt Simpkins. Sein Gesichtsausdruck ist deutlich: Er sagt dies nicht nur dahin. Für BIO-TECH ist es ein wichtiger Teil der seit über 30 Jahren bestehenden Unternehmensphilosophie.

"Vielleicht könnte man sagen, wir sind da ein bisschen konservativ – aber sehr vorwärtsgerichtet gleichzeitig."

"Grundgedanke [...] in der Firma ist der Qualitätsgedanke. Dass wir auf soliden Beinen stehen, nicht irgendwelche wahnsinnigen Hau-Ruck-Aktionen starten. Immer mit Konzept, immer mit dem Plan 'wie soll's am Ende aussehen?'. Dazu haben wir uns als Firma verpflichtet."

Kontrolle ist besser steht auf den vielen Ordnerrücken, an denen uns Simpkins vorbei und hin zu einem rustikalen Konferenztisch führt. "Vielleicht könnte man sagen, wir sind da ein bisschen konservativ – aber sehr vorwärtsgerichtet gleichzeitig", fasst Simpkins, Verantwortlicher für Einkauf, Vertrieb und Projektmanagement, zusammen. Sogar eine eigene Dokumentationssoftware (BIO-TECH Analytics) hat das Unternehmen programmieren lassen. Ein gründlich durchdachtes, digitales Abbild des BIO-TECH Qualitätskonzeptes ist auf dem Computerbildschirm auf Simpkins Schreibtisch zu sehen.

"Ich brauche nicht verkaufen, ich brauch's ihm einfach nur erzählen."

Modernisierung, um traditionelle Werte zu untermauern – das Konzept der konservativen Revolution geht auf: "Wir wachsen [...] sehr viel über Empfehlungen. In den seltensten Fällen verlieren wir Kunden", berichtet Simpkins. "Oft machen wir die erfreuliche Erfahrung, dass Qualitätsmanager, die den Betrieb wechseln, BIO-TECH in das nächste Unternehmen mitnehmen."

"Für uns ist nicht wichtig, in erster Linie, '*wie viel verkaufe ich?*', sondern '*wie sorge ich dafür, dass es unseren Kunden gut geht?*' und '*wie löse ich Probleme?*'. Daraus resultieren natürlich Verkäufe, ist ja klar. Aber ich kann dem Kunden dann seriös sagen: Hier haben wir das Problem identifiziert, da ist das Konzept, das nach meiner Überzeugung zur Lösung führt. Gehen wir's an."

Etwas zu verkaufen, wohinter er zu 100 Prozent steht, macht Simpkins Spaß.
"[Ich] brauche nicht verkaufen, ich brauch's ihm einfach nur zu erzählen. Es ist eine sehr angenehme Art und Weise zu wachsen", schließt er zufrieden.

Seit zehn Jahren experimentiert BIO-TECH schon mit fernüberwachten Lösungen – vor vier Jahren, mit Markteinführung der traplinked JERRY Falle, fiel der Startschuss für den großflächigen Einsatz der Technologie.
"Die traplinked Systeme haben uns insofern überzeugt, dass wir gesagt haben, wir rollen das

jetzt aus... weil sie grundsätzlich Plug & Play funktionieren", erinnert sich der Schädlingsbekämpfer.
Plug & Play – das beziehe sich allerdings nur auf die einfach zu bedienende Technologie. Als Unternehmen zu lernen, Projekte mit digitalen Fallen zu planen, umzusetzen und die betriebliche Organisation zu überarbeiten, sei ein längerer Weg – jedoch kein unmöglicher.

"Unsere Arbeitsweise hat sich sehr verändert. Wo wir vor fünf Jahren noch unsere planbaren Monitoringeinsätze jeden Monat hatten [...], müssen wir jetzt um Vieles flexibler sein. Wir müssen schnell reagieren, wir müssen zeitnah reagieren. Und das ist sicher für jede Firma eine Riesen-Herausforderung. Wir haben es bis heute allerdings in keiner Weise bereut", betont Simpkins.
Ein großes und stetig wachsendes Unternehmen umzukrempeln ist keine leichte Aufgabe. Welche Aspekte des digitalen Systems haben den in Salzburg beheimateten Schädlingsbekämpfungsbetrieb zu diesem Schritt bewegen können?
Für Julien Simpkins beginnt alles mit den Vorzügen der analogen Schlagfalle.

"Aber wo kommt denn das Problem her?"

"Wir waren in Österreich, kann man sagen, eines der ersten Unternehmen, die beschlossen haben, von der befallsunabhängigen Toxbeköderung abzuweichen, [...] weil wir überzeugt davon waren und sind, dass dauerhafte Toxbeköderung keine Probleme löst. Da gibt's bessere Möglichkeiten", erklärt Simpkins entschlossen.
Das habe sich schlichtweg nicht mit dem Qualitätsanspruch der Firma BIO-TECH vereinen lassen.
"Toxbeköderung, weder innen noch im Außenbereich hat je einen Befall verhindert. Schädlingsbefall ist ein Symptom – aber wo kommt denn das Problem her?", stellt Simpkins die Frage, die Fraßköder nicht beantworten können.

Als BIO-TECH begann, Schlagfallen zwecks Ursachenforschung einzusetzen, entpuppten sich die Systeme darüber hinaus als besonders effektive Bekämpfungsmethode.
"Es hat sich immer mehr herausgestellt, dass [...] Schlagfallen fängiger sind als herkömmliche Monitoringboxen, wo ein Köder drinnen ist", berichtet Simpkins. "Gibt's mittlerweile viele Beispiele dafür. [Gerade] in Akutbekämpfungen [...], wenn du da einen Befall hast, kommst du drauf, dass diese Systeme fängiger sind. Manch älteter Kollege setzt im Innenbereich seit Ewigkeiten zur Bekämpfung Schlagfallen ein."

Und warum digital? Hier sieht Simpkins einen großen Vorteil in der automatischen Dokumentation und damit verbundener Sichtbarkeit des Befalls und der Behandlungsleistung.
"[Der Kunde] hat Mäuse, er findet Mäusekot, aber der wird immer wieder weggeräumt – und du siehst als Kunde nicht, du begreifst nicht, wie akut dein Problem ist. Aber wie extrem der Befall ist, kannst du durch digitale Schlagfallensysteme in kürzester Zeit unterstreichen und sagen: '*Hier schau, das war kein Einzelfall. Wir fangen die weg. Permanent. Wir kriegen die Meldungen aufs Handy, jeden Tag. Wir müssen was tun.*'"
Mit Hilfe dieses Sichtbar-Machens habe BIO-TECH schon viele hartnäckige, auf Toxköder beharrende Kunden überzeugen können, Geld in präventive Maßnahmen zu investieren.

Wir verlassen das Büro am Stadtrand und begleiten Julien Simpkins zur Produktion der Bäckerei Felzl im Herzen Wiens. Das historische Deckengewölbe bildet einen spannenden Kontrast zu den modernen Maschinen darunter. Es ist warm – sehr warm. Viele Versteckmöglichkeiten. Gerade im Winter ein perfekter Zufluchtsort für Schadnager. Doch die Traditionsbäckerei ist schädlingsfrei. An allen relevanten Punkten stehen die digitalen Systeme von traplinked mit großem BIO-TECH Aufkleber Wache.

Qualität – ein Konzept, das aufgeht. Traplinked Key Account Manager Alexander Kusch (links) lächelt Seite an Seite mit Julien Simpkins (BIO-TECH, Mitte) und BIO-TECH Kunden Georg Oelschlägl, Geschäftsführer der Wiener Traditionsbäckerei FELZL, für das Foto. Der Kunde ist sehr zufrieden.

"Und wenn wir nicht da sind, überwacht die Technik."

Der Empfang ist herzlich. Es ist klar: Hier wird der Wert guter Schädlingsbekämpfung erkannt. Beide Seiten suchen den Austausch. Simpkins spricht mit der Qualitätsmanagerin, Produktionsmitarbeitern und dem Geschäftsführer. Ob jemandem etwas aufgefallen sei. Ob es neue Maschinen oder neue Lieferanten gäbe, ob es problematische Bereiche gäbe. Ein paar Boxen schaut sich der Schädlingsbekämpfungsprofi an, aber es ist kein Zwang dahinter. Was sich darin befindet, hat er schließlich schon am Handy gesehen.
Und das ist für Simpkins der größte Mehrwert, den digitale Schlagfallensysteme ermöglichen: Zeit für Qualität.
"Wir müssen jetzt nicht mehr einfach Box aufmachen, Box zumachen und weiter. Wir haben mehr Zeit, um links und rechts zu schauen. Wir haben mehr Zeit für Beratungstätigkeit. Wir haben mehr Zeit für Gespräche mit dem Kunden", erzählt Simpkins zufrieden. "Dass wir die Zeit dafür [...] nutzen, den Kunden von Besuch zu Besuch einfach besser zu machen **und wenn wir nicht da sind, überwacht die Technik.**"

MODULARITÄT: DAS A und O

Als wir das Firmengebäude der Supella Schädlingsbekämpfung durch das Lager betreten, beginnt Andreas Behrens sofort zu zu zeigen und zu erklären. Kein Zweifel: Dies ist Behrens' Reich. Das System hinter den ordentlich sortierten Regalen hat er sich überlegt und die robusten Plastikkisten mit genau den richtigen Maßen, um eine bestimmte Anzahl traplinked Fallen inklusive LoRa Gateway platzsparend mitzunehmen, hat auch Behrens herausgesucht und vorbereitet.

Die digitalen Schlagfallen bekommen wir im Hamburger Hauptsitz des Unternehmens noch häufiger zu sehen: Gruppierte Rattenboxen mit traplinked Sticker sind über die Zimmer verteilt – aber immer mit System. Behrens, der bei Supella mit Einkauf, Fuhrpark und Technik betraut ist, weiß genau, für welches Projekt welches Häufchen gedacht ist.

"Die Motivation in der Firma ist die Freiheit, die ich durch den Geschäftsführer Matthias Schmidt kriege", erklärt Behrens. Er hat seinen Traumberuf gefunden und fühlt sich in seiner Position genau richtig, das merken wir. "Aber auch... es ist nicht jeder Tag der gleiche. Es ist jeden Tag eine neue Herausforderung. Auch die Technik selber ist eine Herausforderung, kundenspezifisch dem ganzen nachzugehen, den Kunden zufriedenzustellen."

2001 hatte Behrens im Vertrieb bei PPS angefangen und dort durch Zufall seine heutige Frau kennengelernt. Ilka Behrens arbeitet nun auch bei Supella als Außendienst-Leiterin. Wenn sie an traplinked denkt, denkt sie vor allem an die Modularität, die ihre Praxis erleichtert.
"Dieses Thema – dass man die Komponenten wirklich einzeln austauschen kann – das finde ich tatsächlich auch am charmantesten bei der ganzen Sache", erklärt die Schädlingsbekämpferin. "Weil es das ist, was mir vor Ort, im Objekt, den Koffer kleiner macht. Und die Reaktionsmöglichkeiten ganz anders sind. Ich kann mal eben eine Schlagfalle austauschen, ich kann mal eben einen Akku tauschen, ich kann im Ernstfall auch ein Unterteil von einer Falle noch durchtauschen. Solange ich Deckel und Modul zusammenlasse, kann ich machen, was ich will. Und damit muss ich nicht immer zehn Fallen dabeihaben, falls was kaputt ist, sondern ich habe eine kleine Schachtel Akkus dabei, ich habe drei Ersatzschlagfallen dabei, und ich habe vielleicht ein oder zwei Gesamtsysteme in der Tasche."

"Diese Modularität, auch diese Nachhaltigkeit der Batterien, ist einfach das A und O", stimmt Andreas Behrens seiner Frau zu. Ganz am Anfang habe es jedoch zunächst ausgesehen, als würden Supella und traplinked nicht zusammenkommen.
"Traplinked war am Anfang ein No-Go für uns, weil es nicht mit der Firma Nector arbeitet, beziehungsweise mit Pestsoft kommuniziert hat", erinnert sich der technische Leiter. "Aber [als] sich das geklärt [hatte], haben wir gesagt, 'dann versuchen wir dieses System auch'. Es ist eines der besten Systeme, die wir je getestet haben."
Doch ein Kinderspiel war der erste Einsatz der Digitalfallen leider nicht:
"Wir haben am Anfang mit sehr vielen Problemen zu tun gehabt, die vielleicht andere abgeschreckt hätten", gibt Andreas Behrens zu.
"Das lag teilweise an unserem [ersten] Kunden, der sein WLAN nicht unter Kontrolle hatte und die falschen Daten weitergegeben hat – oder nicht eingerichtet hatte. Dann durch Fehler in der Technik selber, dass die SSID Daten nicht stimmten und wir die dreihundert Fallen nicht einbauen konnten beim Kunden, das ganze sich um eine Woche verzögert hat – aber es hat uns...", er überlegt kurz. "Auch wenn es jetzt alles negativ war, [hat es] uns nicht abgeschreckt davor, weiterzumachen. Und zu sagen: Wenn uns das nicht abgeschreckt hat, wird uns auch nichts anderes abschrecken."

Und seitdem läuft es auch: "Wir haben jetzt gerade wieder neue Aufträge gekriegt, um zehn Filialen einer Kette einzurichten in Hamburg. Weitere sollen folgen. Auch mit diesen Online-Fallen, weil der Kunde sehr begeistert ist. Was er sehen kann, was wir damit durchführen können und unsere Dokumentation, die [im] Bereich von traplinked genauso wie von Pestsoft [...] einfach funktioniert. **Wir sind, was die Online-Fallen betrifft, oder überhaupt mit diesen Online-Geschichten, noch lange nicht am Ende.**"

DIE VERANT-WORTUNG TRAGEN

Es ist ein bisschen wie ein Puzzle, das Sascha Erxleben Stück für Stück zusammensetzt: Als Techniker beim großen Schädlingsbekämpfer hat er die Heide-Bäckerei Meyer in der Planung des neuen Produktionsgebäudes unterstützt. Im Vertrieb bei traplinked hat er die digitalen Fallensysteme schätzen gelernt – diese setzt er nun als interner Schädlingsbekämpfer bei Bäckerei Meyer ein.
Wie das funktioniert und warum nicht jede Bäckerei so ist wie Meyer, erzählt er uns beim Vor-Ort-Besuch.

Ein schriller Alarm ertönt, rote Sirenen blinken. Wir haben den einzigen Fehler gemacht, den ein Mensch bei dem haushohen Etagenofen begehen kann: ihm zu nahe kommen. Denn Menschen haben hier nichts zu suchen. Ein Roboterarm mit Fließband bedient das vertikal etwa fünf Meter messende Backinstrument. Der Ofen erkennt selbsttätig, was sich in ihm befindet und bäckt zur Perfektion. Fertige Erzeugnisse landen in Kisten, die eine vollautomatische Wasch- und Sortieranlage im darüberliegenden Geschoss vorbereitet hat.
"Qualität wird bei uns im Haus, bei Bäckerei Meyer, sehr großgeschrieben", erklärt Sascha Erxleben mit zufriedenem Lächeln als er unsere erstaunten Gesichter sieht. Qualität – das kann man wohl sagen: Immerhin hat das Traditionsunternehmen aus Wahrenholz mit Erxleben sogar einen internen Schädlingsbekämpfungs-Techniker.

Doch schon bald würde ein alter Geschäftspartner an die Tür klopfen: Bäckerei Meyer.

Eine längere Geschichte verbindet Erxleben und seinen heutigen Arbeitgeber: Das hochmoderne Produktionsgebäude der Heide-Bäckerei Meyer, in dem heute sein Büro ist, hat er damals schon in der Planungsphase beratend mitgestaltet. Damals, als er noch Techniker bei einem der größten Schädlingsbekämpfungsunternehmen Deutschlands war. Doch der Weg vom externen zum internen Schädlingsbekämpfer war kein direkter, denn eine weitere spannende Station hält Erxlebens Lebenslauf parat – traplinked.

"Ich [bin] durch Zufall auf traplinked aufmerksam geworden. Die Fallen getestet, ausprobiert – war eine feine Sache", erinnert sich Erxleben. Kurzerhand ist er in das traplinked Team als Vertriebsmitarbeiter gewechselt, "um nochmal was anderes, neues kennenzulernen und mich mit den digitalen Fallen auseinanderzusetzen."
Doch schon bald würde ein alter Geschäftspartner an die Tür klopfen: Bäckerei Meyer suchte – nach Fertigstellung des Produktionsgebäudes – einen In-Haus-Schädlingsbekämpfer. Ein Angebot, das Erxleben nicht ausschlagen konnte – also nahm er die traplinked Fallen mit.

"Wir haben aktuell 108 Standorte, davon haben 60 Filialen traplinked als Standard-Monitoringsystem. Der Rest wird nach und nach erweitert. Kommt demnächst", berichtet uns Erxleben. In dem ordentlichen, deckenhohen Regal hinter seinem Schreibtisch ist ein Fach mit Digitalfallen gefüllt, die auf ihren Einsatz warten. Aktuell sind die

Wahre Leidenschaft: Erxlebens Tattoos zeigen deutlich, in welchem Feld er arbeitet. Die durchgestrichene Maus auf seinem Handrücken ist sein persönliches Logo – X für Erxleben.

Wespen Fokus. Doch gerade in einer solchen Situation bietet das digitale Nagermonitoring für Erxleben eine wertvolle Zeitersparnis – Zeit, die anders genutzt werden kann.

"Man kann sich viel mehr Zeit nehmen als ein externer Dienstleister, der nur begrenzt vor Ort ist."

"Die digitalen Fallensysteme helfen mir im Alltag zum Einen, wenn ich Bereiche abdecken möchte, bzw. überwachen möchte, an die man schwierig rankommt", erklärt er. "Zwischendecken oder Hohlwände. Wo man dann die Falle hinstellen kann und sie sich eigenständig meldet, wenn sie etwas fängt und man nicht jede Woche in die Löcher reinklettern muss oder irgendwas auseinanderbauen muss."

Aber wieso eigentlich interne Schädlings-bekämpfung?
"Die Vorteile der In-Haus-Schädlings-bekämpfung sind zum Einen die schnelleren Reaktionszeiten als ein externer Dienstleister, wo man auch darauf angewiesen ist, dass erst irgendwer irgendwo etwas sieht", argumentiert Erxleben. Auch hätte er die Freiheit, die Kontrollintervalle genau so anzupassen, wie es gebraucht werde. Und: "Man kann sich auch viel mehr Zeit nehmen als ein externer Dienstleister, der nur begrenzt vor Ort ist. Ich kann mir für jede Abteilung die Zeit nehmen, die ich brauche – sei es in der Filiale, sei es in der Produktion. Ich kann direkt mit den Haustechnikern Lösungen finden, wenn etwas baulich verändert werden muss. Man ist viel näher an allen Vorgängen dran."

Manchmal möchte er jedoch nicht zu nah an Vorgängen sein: Wenn eine Falle zu Betriebszeiten auslöst, ermittelt Erxleben zunächst telefonisch, um eine Falschmeldung auszuschließen.

'Könnte es sein, dass ihr gerade gereinigt habt?'

"Das Vorgehen bei Auslösungen ist bei uns: Zum Ersten wird einmal in der Filiale angerufen und nachgefragt: 'Könnte es sein, dass ihr gerade gereinigt habt?'", er lacht.

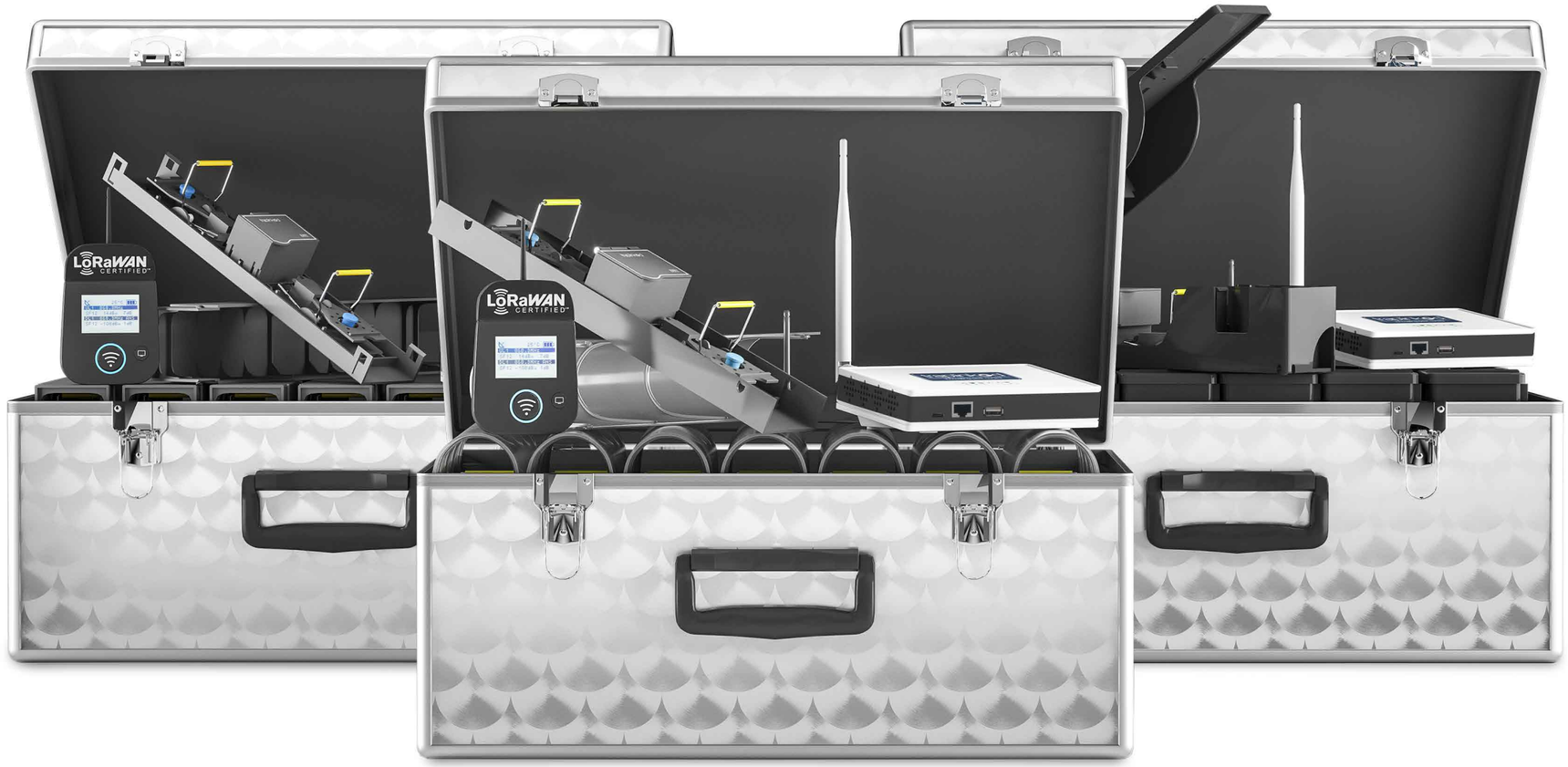
“Und zum Anderen schaut das Personal schonmal in eine Falle rein und sagt Bescheid, ob es eine Fehlauslösung ist oder ein Fang. Und im Anschluss werde ich dann tätig. [Aber ich] kann es anhand der Zeiten teilweise schon ausgrenzen. Wenn die Falle jetzt nachmittags um 14 Uhr auslöst, ist es meistens sehr unwahrscheinlich, dass da irgendwie eine Maus in der Falle ist.”

Gelegentliche Fehlauslösungen, die beweisen, dass das System funktioniert – das nimmt Erxleben gerne in Kauf, denn die Kombination aus internem Verantwortlichen und digitalem Frühwarnsystem geht auf: Mit durchschnittlich nur zwei befallsbedingten Auslösungen pro Woche ist die Bäckerei-Kette faktisch Schadnager-frei. In Anbetracht der Ergebnisse liegt für uns eine Frage nahe: Warum operiert nicht jede Bäckerei so? Für Erxleben gibt es hier zwei Aspekte zu betrachten:
“Es ist, denke ich, so, dass sich nicht jede Bäckerei einen internen Schädlingsbekämpfer zum Einen leisten möchte, zum Anderen ist es so einfacher die Verantwortung an einen externen Dienstleister [abzugeben] als es selbst in die Hand zu nehmen.”

Anstelle von Rolltoren mündet der Warenausgang der Bäckerei Meyer in automatischen Glasschiebetüren. Diese fluten die weitläufige, weiß gestrichene Halle mit Licht. Es wird noch ein paar Stunden dauern, ehe sich der Raum mit Rollcontainern voll duftender Backwaren füllen wird. Digitale Platzschilder baumeln über unseren Köpfen und markieren, mit welchem Ziel die Transportbehälter um drei Uhr morgens ihre Reise antreten werden.

Wenn der Verbraucher morgen die Packung mit Bäckerei Meyer Logo aus dem Brotregal nimmt oder frische Brötchen in der Filiale kauft, ahnt er wahrscheinlich nichts von der hoch-automatisierten, geräumigen, durchlüfteten, penibel sauberen Produktion, die für die Erzeugnisse verantwortlich ist. Doch darum geht es den Inhabern nicht. Die geschmackvolle Einrichtung mit Show-Küche zeugt von einer intrinsischen Leidenschaft für das Handwerk und Qualität. Ein traditionsbewusster Betrieb, der Altbewährtes durch Innovation besser machen will. **Das erinnert uns an jemanden.**

Alles dabei mit dem Starter Set.



GLEICH HIER BESTELLEN

Mit dem traplinked Starter Set halten Sie alles in der Hand, um ein Objekt *Plug and Play* digital auszustatten. Vor Ort stecken Sie das LoRa Gateway an eine Steckdose, schalten die digitalen Fallensysteme ein – fertig. Testen Sie das System jetzt ohne finanzielles Risiko für drei Monate! Überzeugt Sie die Lösung nicht, können Sie den Koffer gegen eine Bearbeitungsgebühr wieder zurückschicken.

traplinked
innovating pest control

STARKES TEAM – SPANNENDE STORIES

Fünf junge Menschen saßen 2019 an der traplinked Tischgruppe im ZOLLHOF Tech Incubator Nürnberg und nahmen das Projekt “digitale Schlagfalle” in Angriff. Vielseitig, sehr leicht zu bedienen und preisgünstig sollte das Produkt sein. Auf dem Weg zu diesem ambitionierten Ziel kamen viele Gesichter hinzu. Heute feiern über zwanzig Teammitglieder das vierjährige Bestehen der Firma.
Einige der packenden Geschichten haben wir auf den folgenden Seiten zusammengesammelt.

DIE **HARTE SCHULE** GENOSSEN

Ins kalte Wasser springen – das ist sein Ding: Seit 2022 führt Daniel Pelikan das traplinked Team als Geschäftsführer an. Jahrelange Konzernerfahrung kombiniert der 36-Jährige mit einem unaufhaltsamen Willen, neu zu denken und zu hinterfragen. Ein flexibles Mindset zu haben – das hat sich von Tag eins seiner traplinked Reise als entscheidend wichtig herausgestellt.
In unserem Profil spricht Daniel offen und ehrlich darüber, was hinter den Kulissen eines Digitalfallen-Startups passiert. Über Hoffnung, Angst, Chancen, Erfolge und einen in Erfüllung gegangenen Traum.

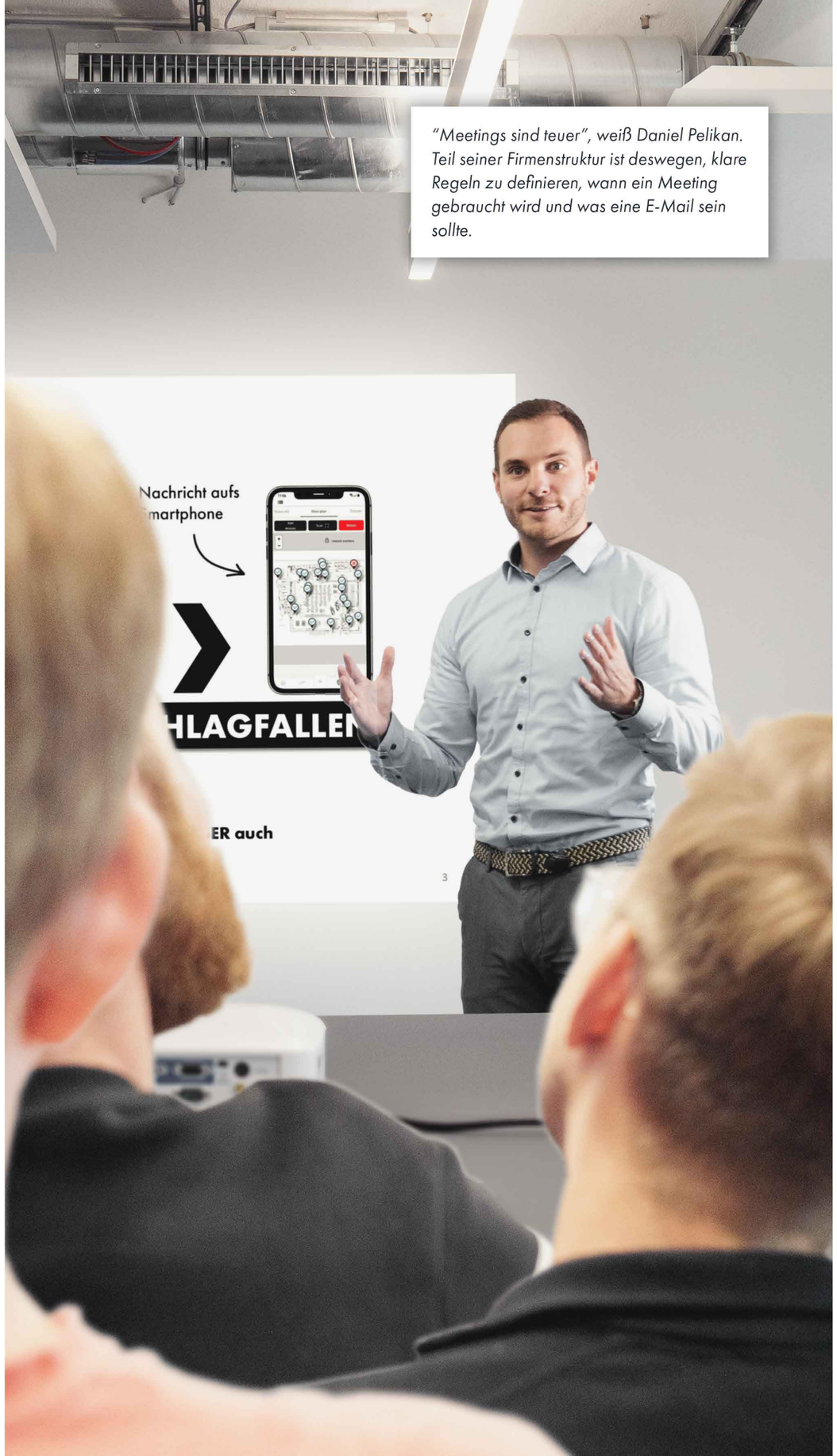
Gerade hat er der versammelten Mannschaft das neue Projekt vorgestellt: Eine kompromisslose Qualitäts-Offensive kommt. Produktoptimierungen, flächendeckende Support-Verfügbarkeit, eine neue Wissens- und Hilfeplattform in der App. Ressourcen werden dafür freigeräumt, Budgets umgeleitet. Es ist ein großes Konzept, ein komplexes – vor allem für ein junges Startup. Doch genau dafür ist Daniel Pelikan hier: Er hat so etwas vorher schon gemacht, im Konzern. Einkauf, Verkauf, Supply Chain Management, Restrukturierung – in seiner erfolgreichen Karriere hat Daniel zahlreiche Positionen durchlaufen und bringt diese Erfahrung seit 2022 beim Nürnberger Digitalfallenhersteller ein.

Ein komplexes Konzept. Doch genau dafür ist Daniel Pelikan hier: Er hat so etwas vorher schon gemacht.

"Man könnte jetzt natürlich die Frage stellen: Daniel, wieso gibst du denn so ein überragendes Gehalt auf und so eine gute Karriere und gehst in ein Startup?", greift er mir lachend vor. Warum – das weiß er aber ganz genau. Startup, Unternehmertum – das kommt für Daniel nicht von ungefähr.
"Ich habe eigentlich immer zwei Sachen parallel gemacht. Ich war irgendwo angestellt – das waren 70% meiner Zeit – und dann habe ich immer nebenbei ein Projekt gehabt. Entweder war es ein Startup, erstes Startup 2012 gegründet, oder Dropshipping, Online-Shops", erzählt der 36-Jährige. Sogar einen eigenen Kinderwagen hat Daniel zusammen mit einem langjährigen Freund gebaut. "Und durch den Kinderwagen bin ich letztlich in den Zollhof gekommen."

Der Zollhof – ein Coworking-Space mit Förderprogramm für frische Tech-Startups in Nürnberg – beheimatet damals auch traplinked. Binnen zwei Wochen habe traplinked Gründer Tim Kirchhof dem Konzernler und Freizeit-Unternehmer bereits das erste Angebot unterbreitet. Doch es würde noch zwei Jahre bis zum Vertragsschluss dauern. Bei einem Austausch Ende 2021 ist es dann soweit. "Ich hatte eine Menge Geld. Nur im Homeoffice gewesen, geiles Leben gehabt. Aber nichts, was mich wirklich befriedigt hat", erinnert sich Daniel. "Hört sich für viele bestimmt sau-gut an, aber mich hat's halt nicht gereizt. Ich war in Umbruch-Stimmung."

Sein sechsstelliges Gehalt tauschte der neue traplinked Co-Geschäftsführer gegen Anteile – für ihn der Schritt in die lang ersehnte Freiheit.
"Das hat mich enorm motiviert, das Unternehmertum – dass ich endlich mein Ding machen konnte."



"Meetings sind teuer", weiß Daniel Pelikan. Teil seiner Firmenstruktur ist deswegen, klare Regeln zu definieren, wann ein Meeting gebraucht wird und was eine E-Mail sein sollte.

Der Plan des neuen Geschäftsführers hatte eigentlich ganz anderes ausgesehen.

Im Restaurant bestellt Daniel *Bun Bo Nam Bo*, eine vietnamesische Nudelsuppe ohne Suppe, wie ich es ihm beschreibe. Obwohl ich ihn warne, dass dies das mit Abstand exotischste Gericht auf der Karte ist, nimmt er es. Oder vielleicht gerade weil es außergewöhnlich ist. Daniel brennt für neue Dinge und für Herausforderungen.
"Ich bin damals zu traplinked gekommen und das erste, was ich von Tim [Kirchhof] gehört habe: 'Wir müssen eine Finanzierungsrunde machen'."
Der Plan des neuen Geschäftsführers hatte eigentlich ganz anders ausgesehen: "Ich wollte erst einmal Strukturen aufbauen. Ich habe mich mit jedem im Team einmal unterhalten und gesagt 'Jetzt weiß ich von jedem grob, was er tut', und wusste, mein Plan ist, Strukturen aufbauen, Kommunikationswege verbessern, das Team effizienter machen... aber das erste, was ich tatsächlich zusammen mit Tim [Kirchhof] machen musste, war, Finanzierungsrunde starten und auf einer Messe in London ausstellen." Er lacht herzlich, als er daran zurückdenkt.
"Kein Plan von Schädlingsbekämpfung gehabt, aber im Februar schon auf Messe – aber sowas liebe ich eben an solchen Geschichten: Ins kalte Wasser geschmissen zu werden. Weil ich einfach Bock habe, mir die Sachen selbst anzueignen."

"Da hängen jetzt dreißig Leute dran und ich bin dafür verantwortlich."

Die Finanzierungsrunde zu stemmen sei für ihn trotzdem zur Zerreißprobe geworden.
"So anstrengend, dass ich für den Rest des Jahres Bauchschmerzen bekommen habe, was sich der Arzt auch mehrfach angeschaut hat – mit Darmspiegelung und allem drum und dran. Und als die [Finanzierungsrunde] durch war, waren die Bauchschmerzen weg. Da muss ich sagen, das war etwas, dass mich auf ein neues Level an Stress und Druck gebracht hat, weil ich nun gefühlt habe: *Jetzt hängt meine eigene Firma*

dran. Da hängen dreißig Leute dran und du bist dafür verantwortlich", er schluckt.

"Ich dachte: Wow – hier sitzen verdammt viele smarte Köpfe. Auf kleinstem Raum."

Man vergisst oft, dass Daniel nicht von Anfang an dabeigewesen ist. Der zweifache Vater hat auch traplinked in kürzester Zeit zu seinem Kind gemacht. Kein Projekt abgelehnt und von Tag eins an mitgefiebert.

"Die Leute haben mich alle erstaunt. Ich bin hier reingekommen und hab einfach sofort gemerkt, dass ich aus meinem normalen Angestellten-Job, wo ich meine acht Stunden am Tag gearbeitet habe, in eine Firma komme, wo die Leute gefühlt zwanzig Stunden am Tag arbeiten", erinnert er sich.
"Und das hat mich einfach verblüfft. Ich dachte: Wow, hier sitzen aber verdammt viele smarte Köpfe. Auf kleinstem Raum. *Und ich bin hier der dümmste* – so kam ich mir am Anfang vor. Das sind so viele Spezialisten, jeder kann irgendwas richtig gut, wie kein Zweiter. Und ich war noch nie ein Spezialist. Ich bin ein Generalist."

Aber schnell erkannten Daniel und das Team den Wert eines Generalisten.
"Da waren überall sehr gute Leute in speziellen Bereichen, aber keiner, der den Bereich Management im Allgemeinen innehat, das große Ganze überblickt, die Leute führt, voranbringt", erklärt er.

"Für Investoren ist das Team immer sehr wichtig, sie investieren ja in das Team. Und in den Augen der Investoren rundete ich Generalist die Firma gut ab."
Und heute, anderthalb Jahre später?
"Ich liebe es. Und das sage ich nicht, weil ich im Interview bin. Es war immer mein Traum, ein Startup zu haben, das funktioniert. Wo ich mein eigener Chef bin. Mit einem geilen Team. Meine Frau sagt jedes Mal zu mir 'Kannst du vielleicht mal einen Tag Homeoffice machen?' und muss mich dazu fast schon überreden, weil ich im Büro einfach einen anderen Spirit beim Arbeiten habe."

Die Qualitätsoffensive ist eines von vielen Projekten, die Daniel aktuell in die Wege leitet. Finanzierungsrunde und Messe sind vorbei – nun ist Zeit für Strukturen und Effizienz. Das ist dem Geschäftsführer wichtig.
Kunden bittet er um etwas Geduld: "Wir sind ein Startup. Der Schädlingsbekämpfer war auch irgendwann mal ein Startup. Er hat wahrscheinlich auch nicht von Anfang an alles richtig gemacht. Aber es ist ja so, dass wir uns alle entwickeln. Wir werden größer, nicht kleiner. Unsere Produkte werden besser, nicht schlechter. Und wir können noch viel mehr. Das verspreche ich und das baue ich jetzt höchstpersönlich auf", verkündet er entschlossen.

Er wischt sich mit der Serviette über die Mundwinkel.
"Die suppen-freie Nudelsuppe war übrigens hervorragend. **Gut, dass ich dem eine Chance gegeben habe.**"

Kommunikator: Ohne Telefon am Ohr sieht man Daniel Pelikan selten.

EINFACH BESCHEID WISSEN

- Echtzeit-Benachrichtigungen
- 24/7 Fernüberwachung
- Maximale Reichweite mit LoRaWAN

Bestellen Sie die führende Lösung für digitale Schädlingsbekämpfung rund um die Uhr bequem auf shop.traplinked.com

Will nicht stillstehen: Ob Welpe Iso beim Foto oder Vertriebsleiter Jens, wenn es um das optimale Digitalisierungs-Konzept für seine Kunden geht – auf dem Block-Hof ist immer viel los.

ENTWICKLUNGS-ABTEILUNG DER SCHÄDLINGS-BEKÄMPFUNG

Marillen sollen wir ihm unbedingt abnehmen. Verständlich: Der Baum im hinteren Teil des ehemaligen Bauernhofes biegt sich unter der Last saftig-goldgelber Früchte. Welpe Iso hüpft aufgeregt durch das Zucchini-Gestrüpp. An der Scheunenwand erholen sich Tomaten von einem kalten, regnerischen Start in den Sommer. Hier, etwas außerhalb von Uelzen, wohnt und arbeitet Jens Block. Traplinked Vertriebsleiter aus dem Remote-Office – Jens macht es vor.

“Im akademischen Bereich spielt Schädlingsbekämpfung so gut wie keine Rolle.”

Er ist auf dem Land aufgewachsen. Nach einem Lebensabschnitt in Hamburg ist er wieder hierher zurückgekehrt, um seinen Kindern ein bestmögliches Umfeld zum Aufwachsen zu bieten. Der Diplom-Biologe verbindet viel mit dem Land und der Natur.
“Ich bin Jäger, Angler, Pilzesammler und habe in meiner Freizeit eigentlich immer etwas damit zu tun gehabt, Schädlingsbekämpfung zu machen. Ich habe damals schon Ratten bekämpft bei meinen Nachbarn – alles landwirtschaftliche Betriebe –, ich habe Bisam und Nutria gefangen und Schwanzprämien bekommen für diese Tiere”, erinnert sich Jens.

“Oft wird mir die Frage gestellt, warum ich nicht Schädlingsbekämpfer geworden bin”, erzählt er. Eine naheliegende Frage, denn seine Hobbys und die Naturfreude teilt er mit vielen seiner Kunden.
“Im akademischen Bereich spielt Schädlings-bekämpfung so gut wie keine Rolle”, gibt Jens die Antwort. “Eigentlich schade. Es gibt ja keinen Bereich in unserer Gesellschaft, wo Schädlinge keine Rolle spielen. Seien es Server-Zentren, oder beim Autohersteller mit ‘ner Kantine, oder der landwirtschaftliche Betrieb. Aber im akademischen Bereich… wäre mir das da über den Weg gelaufen, bin ich mir ziemlich sicher, dass ich diesen Weg eingeschlagen hätte.”

“Und da habe ich einfach gemerkt, wie gut das alles matched.”

Doch 2020 begegnet er dem Thema Schädlingsbekämpfung erneut. Bei einer vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft organisierten Messe lernt Jens seinen Standnachbarn traplinked kennen.

“[Und da] habe ich einfach gemerkt, wie gut das alles matched: Dass ich Biologe bin, dass ich ein gutes Verständnis davon habe… Was sind die Herausforderungen in der Schädlingsbekämpfung? Wie vermehren sich Insekten? Welche Probleme können da entstehen? Aber auch zum Beispiel Verhaltensbiologie von Nagern: Welche große Rolle das spielen kann, was sind Resistenzen, wie wirken Rodentizide… das ist erstmal ein toller Background.”

“Da eine Begleitung anzubieten – das sehe ich als unsere Aufgabe.”

Als Jens seine Tätigkeit bei traplinked aufnimmt, überkommt ihn jedoch eine Erkenntnis über Schädlingsbekämpfung, die nichts mit Biologie zu tun hat. Etwas, das seine Arbeits-Philosophie und seine Ziele maßgeblich prägen sollte:
“Was ich bei meiner Arbeit für traplinked gelernt hab, ist, dass Schädlingsbekämpfer oft unter einem hohen Zeitdruck stehen. Und für viele Aufträge haben [sie] meistens nicht genug Personal und [müssen] oft auch mehr Zeit investieren, wodurch die Zeitpläne durcheinanderkommen… Das heißt, Zeit zu gewinnen ist ein riesengroßer Vorteil”, erklärt Jens. Doch dies sei einfacher gesagt als getan – denn wenn Zeit fehle, fehle sie an jeder Stelle.
“Die Strukturen aufzubauen, die Technologien zu implementieren, ist eine große Herausforderung”, weiß er. Und an dieser Stelle könne und müsse traplinked mit aller Kraft helfen.

“Da eine Begleitung anzubieten – das sehe ich als unsere Aufgabe. Diese Schädlingsbekämpfer zu betreuen – dass sie die Chancen der Technologie nutzen können. Dafür haben wir zum Beispiel ein Starter Set entwickelt. Das sind fünfzehn bis zwanzig [Digitalfallen] plus die Netzwerktechnologie, in dem Fall LoRa, ein Feldstärkenmessgerät, was man braucht, um aufzubauen. Mit optimalem Anleitungsmaterial.

Wir bieten super Support dazu. Und wenn man sich dieses Starter Set kauft, um sich anzuschauen, ob das für jemanden etwas ist... ob man das kaufen möchte, ob man das nutzen möchte... dafür bieten wir das Starter Set drei Monate an für eine Bearbeitungsgebühr." Überzeugt das traplinked Konzept in der Praxis nicht, kann das Starter Set wieder zurückgeschickt werden.

Die Bandbreite an Geschäfts-aspekten, die er täglich mit seinen Kunden bespricht, ist groß.

Eine Rückgabe erlebt Jens jedoch fast nie. Für ihn hat dies viel mit dem Begleit-Konzept zu tun, das weit über den Hardware-Verkauf hinausgeht. "Mit dem Erwerb des Starter Sets ist für uns der Prozess nicht abgeschlossen. Sondern dann startet die Zusammenarbeit mit traplinked. Wir gehen auf den einzelnen Schädlingsbekämpfer ein. Wo steht der Schädlingsbekämpfer? Welche Informationen braucht er, um mit digitalen Systemen erfolgreich zu sein? Das sind Vertriebsschulungen, das ist Unterstützung im Marketing, das sind natürlich die Mitarbeiterschulungen, um mit dem System umzugehen", führt er aus. Die Bandbreite an Geschäftsaspekten, die er täglich mit seinen Kunden bespricht, ist groß: "Wie kalkuliert man solche Projekte? Auf welche Herausforderungen stößt man mit dem Kunden? Und an welchen Stellen muss man mit dem Endkunden kommunizieren wegen der Netzwerktechnologie? Wie müssen Verträge aufgesetzt sein, damit es sowohl für den Schädlingsbekämpfer als auch für den Endkunden eine Win-Win-Situation ist?", er unterbricht sich.
"Lange Rede, kurzer Sinn: Wir liefern jedem Schädlingsbekämpfer das, was er braucht, um erfolgreich sein zu können."

Was dem Schädlingsbekämpfer zum Erfolg verhilft – das können auch neue Produkte sein, die in enger Zusammenarbeit entwickelt werden. Denn: Viele kleine Schädlingsbekämpfungs-unternehmen haben gute Ideen, jedoch meist keine eigene Entwicklungsabteilung.
"Schädlingsbekämpfer kommen oft auf uns zu und bitten uns, Sensoren einzubinden, die sie bei anderen Kunden benutzen können. Das prüfen wir, besprechen die Vor- und Nachteile und schauen, was da die beste Lösung ist."
Was es möglich macht: Das traplinked Team.
"Dafür ist unser Entwicklungsteam eben gut, die [ursprünglich] nicht aus der Schädlingsbekämpfung kommen, sondern in verschiedensten Industrien gearbeitet haben und gelernt haben, out-of-the-box zu denken. Und einfach Lösungen zu finden, die helfen, Schädlingsbekämpfung effizienter zu machen", berichtet Jens.
"Ich glaube das sehe ich so als unsere Positionierung: **Wir sind die externe Ent-wicklungsabteilung für [die] Schädlings-bekämpfung."**

Sie möchten digitalisieren? Sie haben einen Kunden, mit dem Sie ein Test-Projekt starten möchten? Perfekt!

Kontaktieren Sie uns telefonisch Montag bis Freitag, 9 – 17 Uhr:
+49 911 477 128 50

Schreiben Sie uns jederzeit eine E-Mail:
sales@traplinked.com

Wir freuen uns auf Sie!

Oder direkt und bequem Starter Set im traplinked Online-Shop bestellen!

https://shop.traplinked.com

Ein digitales Abbild Ihrer Leistung.

Mit der Fallenverwaltungs-App von traplinked sind Sie immer vor Ort – auch vom Büro aus. Mit Hilfe der Grundrissplan-Funktion sehen Sie live, welchen Zustand welches Gerät an dessen Standort aufweist. Fangen Sie besonders oft in einem Bereich – oder haben Sie das falsch in Erinnerung? Mit der Heatmap-Ansicht wird Ihre Bekämpfungshistorie visuell auf der Karte dargestellt. So erhalten Sie Gewissheit. Sie nutzen Pestsoft, PestScan oder Hygitec? Unsere Schnittstelle überträgt die Fallendaten in Ihr Lieblings-Dokumentationstool.

traplinked
innovating pest control

GESCHÄFTS-
FREUND-
SCHAFTEN

Man könnte sagen 'mitgegründet': Alexander Kusch ist einer der ältesten Mitarbeiter bei traplinked. Prokurist, Key-Account-Manager, ehemaliger Geschäftsführer – Alex trägt viele Namen. Heute fokussiert er sich auf seine größte Stärken: Zuhören, Lernen, Weiterentwickeln. Im Interview erzählt der Außendienstler von einer sehr persönlichen Reise in einer außergewöhnlichen Branche.

“Das erinnert mich an früher”, bemerkt Alexander Kusch als durch die geöffnete Tür eines mexikanischen Schnellrestaurants der Duft nach Fajitas dringt.
Es ist Freitag, 20 Uhr. Ein letztes Mal E-Auto-Laden bevor wir wieder daheim in Nürnberg sind. Heute früh waren wir noch in Flensburg, gestern in Aachen.
Der Außendienstler ist lange Touren gewohnt: Nur wenige Monate nach Gründung ist er zu traplinked gekommen und hat seitdem den Kundenstamm von mittlerweile fast 300 Schädlingsbekämpfungsunternehmen europaweit maßgeblich mit aufgebaut.

Auch die Kundenseite der Schädlingsbekämpfung hat Alex kennengelernt.
“Früher habe ich in der Gastronomie gejobbt", erklärt mir der Prokurist, als wir uns hinsetzen.
“Auch mexikanisch. Und wie es in der Gastronomie nunmal meistens ist – wir hatten natürlich Mäuse. Wir hatten auch mal eine Ratte.”
Es ist lange her, dass mir diese Art Gespräch den Appetit verdorben hätte, und Alex geht es genauso.
“Wir haben das Problem damals gesehen, aber wir hatten nicht die leiseste Ahnung, dass solche Probleme gelöst werden können. Wir dachten, das gehört einfach dazu.”
Inzwischen weiß er es besser.

“Das war im ersten Moment ein Schock, als wir merkten, wir kommen nicht mehr zum Interessenten. Wir können nicht verkaufen.”

Es war kein leichter Start damals, 2020.
“Da hatte gerade Corona begonnen. Das war dann schon die Zeit, wo die ersten gesagt haben ‘*Masken aufziehen und wir machen den Termin draußen*’”, erinnert sich Alex.
Als die Einstufung der Branche als systemrelevant folgte, stand der junge Vertriebler nach kurzer Zeit ausschließlich vor verschlossener Tür.
“Das war im ersten Moment ein Schock, als wir merkten, wir kommen nicht mehr zum Interessenten. Wir können nicht verkaufen”, erzählt er.

Doch schwierige Situationen stellen für Alex immer auch eine Gelegenheit dar, zu lernen und etwas auszuprobieren.
“Wir haben ein Konzept gefunden und haben Interessenten Testkoffer zugeschickt – eine voll funktionsfähige, kleine Ausführung unseres Systems. Und dann konnten wir das System im Online-Meeting zusammen ausprobieren, testen und der Interessent hatte etwas in der Hand.”

Der Testkoffer, der eine Hands-On-Erfahrung aus der Ferne ermöglichte, bot überraschend noch einen ganz anderen Vorteil: Zeit.
“Am Anfang ging es vor allem darum, dass wir ganz viele Termine machen. Wir machen eine Tour und die planen wir ganz engmaschig, da hast du mitunter sieben Termine am Tag”, erinnert sich der Außendienstler. “Ist ein 12-Stunden-Tag, aber dann hast du sieben Interessenten an einem Tag besucht. Aber mir ist damals schon aufgefallen: Je mehr Zeit du dir genommen hast, das waren dann meistens die Termine am Abend... das waren die [Gespräche], wo am meisten dabei rumgekommen ist.”
Mit dem Corona-bedingten Wegfall der Anfahrtswege blieb mehr Zeit für die eigentlichen Termine. Ein Gewinn für beide Seiten.
“Es hat uns vielleicht sogar gutgetan. Dieser Schritt, dass wir im Vertrieb um die Ecke denken mussten.”

“Riesige Produktionen, riesige Lager, die kleinsten Bäckereien, die ekligsten Keller – wir haben uns alles angeschaut.”

Bei unseren Kundenterminen in den vergangenen Tagen wurde Alex empfangen wie ein alter Freund. Der Austausch ist herzlich, im Gespräch ist Alex sicher. Man redet auf Augenhöhe. Das war nicht immer so: “Bei meinen ersten Vertriebsterminen alleine war ich schon sehr aufgeregt”, gibt er zu. “Oft hatte ich gemerkt, ich war mit meinem Wissen noch nicht so weit, um da sinnvoll drauf eingehen zu können. Und der merkt das jetzt.”

Für Alex sei dies immer ein großer Ansporn gewesen, so viel wie möglich zu lernen, zu fragen, zu beobachten. Durch seine einzigartige Situation, die tiefe Einblicke in das tagtägliche Wirken zahlloser Schädlingsbekämpfer ermöglicht, bringt er mittlerweile mehr als nur technische Expertise an den Tisch.

Keine Reise zu weit: Für einen Hausbesuch bei Sebastian Hackbarth fährt Alex auch an die dänische Grenze.

Wissen sammeln und wieder zurückgeben: Beim Bäckereibesuch mit Kunden fällt Alex auf, dass er diese Situation schon einmal erlebt hat.

Interessenten führt – und da war ich wirklich schon bei hunderten – vor Ort, auch mit den Schädlingsbekämpfern beim Endkunden, wo wir uns die Lage angeschaut haben. Riesige Produktionen, riesige Lager, die kleinsten Bäckereien, die ekligsten Keller – wir haben uns alles angeschaut. Und jedes Mal lernst du etwas dazu. Und das ist ein Mehrwert, den wir jetzt wieder zurückgeben können. Wir haben diese Erfahrungen sammeln können, wir haben diese Informationen und können sie jetzt unseren Kunden zur Verfügung stellen."

"Den Tipp kann ich dann an meinen Kunden, der vor demselben Problem steht, weitergeben."

In einer Bäckerei, die von einem unserer Kunden im Ruhrgebiet betreut wird, beobachtet Alex ein Gespräch zwischen Schädlingsbekämpfer und Produktionsmitarbeiter. Eine Rattenfalle an einer abgeriegelten, unzugänglichen Stelle löst regelmäßig aus, fängt jedoch nichts. Ein Auslösen durch Mitarbeiter-Aktivität scheint wenig wahrscheinlich.
Ich sehe an Alex' Gesichtsausdruck, dass ihm diese Situation bekannt ist, und ermutige ihn, es auszusprechen. Der Vertriebler empfiehlt daraufhin, die Rattenfalle durch einen Mäusetunnel auszutauschen.
"Einfach, weil ich dieses und andere Szenarios schon mit so vielen verschiedenen Schädlingsbekämpfern erlebt und diskutiert habe", erklärt er mir anschließend. "Den Tipp kann ich dann an meinen Kunden, der vor demselben Problem steht, weitergeben."
"Letzten Endes hatte ich auch recht. Da war eine Maus", fügt er schmunzelnd an.

"Es ist ein sehr erfüllendes Gefühl."

In Verkaufs- und Beratungsgesprächen bietet Alex außerdem Hilfestellung bei der Angebotserstellung.
"Wie kann ich das als Schädlingsbekämpfer meinem Kunden verkaufen, sodass der nicht große Augen bekommt und zur Konkurrenz geht?", fasst Alex die Problemstellung zusammen. Auch bei Einrichtungen mit dem digitalen System leistet der Außendienstler Unterstützung. Für ihn sei dies eine Gelegenheit, das Produkt in Aktion zu erleben und dieses Wissen zur Optimierung einzusetzen.
Anfangs sei sich Alex nicht sicher gewesen, ob die Schädlingsbekämpfungs-Branche etwas für ihn sei. Doch dann habe er schnell Feuer gefangen. Richtig Feuer gefangen.
"Ich mag die Branche, ich mag die Leute, mit denen man sich auseinandersetzt, weil eben nicht nur über Theorien gesprochen wird, sondern weil es viel um die Praxis geht. Diese ganzen Tipps, die ich aufnehmen kann, sind Praxis-Tipps", berichtet er.
"Ich denke, dass dieses offene Ohr, das ich mitbringe, dazu führt, dass die Leute mir auch gerne etwas erzählen. Und dementsprechend können wir daraus auch wieder viel ziehen und das wiederum weitergeben. Es ist ein sehr erfüllendes Gefühl und ich bin unseren Kunden dafür sehr dankbar."
Alex schluckt. Die Emotionen überkommen ihn. "Da entwickeln sich wirklich Freundschaften draus. **Es sind Leute in dem Markt dabei, die mir wirklich wichtig geworden sind. Persönlich wichtig.**"

Ein ganz besonderer Kunde für Alex Kusch: Früher war Sascha Erxleben (rechts) ein Kollege im Vertriebsteam bei traplinked, heute Bäckerei-interner Schädlingsbekämpfer.

SO SCHÖN KANN DIGITALISIERUNG SEIN.

Und auch so einfach: Mit LoRaWAN Konnektivität genießen Sie maximale Reichweite und einfachste Einrichtung. Wie einfach das geht, erfahren Sie in unserer neuen, aussagekräftigen Kurzanleitung. Entdecken Sie jetzt unsere Informaterialien auf www.traplinked.com/anleitung

traplinked
innovating pest control

RATGEBER

DIE WERBETROMMEL RÜHREN – ABER GÜNSTIG

Man kann nicht immer alles selber machen. Aber oft lohnt sich besonders in kleineren Unternehmen noch keine eigens für das Marketing eingestellte Fachkraft. Was nun? Zum Glück schreitet die Technik voran. Mit modernen Tools können auch Sie eine textlich-visuelle Werbebotschaft in weniger als einer halben Stunde erstellen – komplett kostenlos. So geht's:

#1: Kein Schriftsteller? ChatGPT hilft

Wir haben alle schon einmal davon gehört: Die Ende 2022 veröffentlichte Webseite, auf der mit einer künstlichen Intelligenz in Textform kommuniziert werden kann, wird eines Tages alle Bürojobs ersetzen und das nächste traplinked Magazin selber schreiben. Oder so ähnlich. Während der Chatbot aktuell damit zu kämpfen hat, Wahrheit von Lüge zu unterscheiden, eignen sich seine Stärken aber perfekt für unseren Verwendungszweck: ChatGPT versucht beim Schreiben nämlich, das nächst-wahrscheinliche Wort vorherzusagen – sucht sozusagen "passende" Wörter. Diese Funktion ist eine tolle Art, Ihre Ideen in Sekunden wortgewaltig auszuschmücken.
Probieren Sie es einfach aus: Besuchen Sie den Chat-Bot und erklären Sie ihm beispielsweise, dass Sie zum zehnjährigen Bestehen Ihrer Firma einen kurzen Text auf Facebook veröffentlichen wollen. Und schon geht es los.

Wichtig: Sprechen Sie mit ChatGPT wie mit einem Menschen. Erklären Sie, in welchem Kontext Sie den Text benötigen. Erwähnen Sie auch, in welchem Format der Text veröffentlicht wird (Ein Blogpost? Oder ein Artikel im Fachmagazin?). Und: Kommentieren Sie das Ergebnis – ChatGPT kann wie ein Mensch auf Ihr Feedback eingehen und den Text entsprechend umgestalten.

#2: Kein Grafikdesign studiert? Probieren Sie es mit CANVA

Wo Sie Werbetexte herbekommen, wissen Sie nun. Diese können Sie einfach pur auf sozialen Medien veröffentlichen, oder Sie gehen den nächsten Schritt und verpacken Sie in einer ansprechenden visuellen Gestaltung.
Das populäre Gestaltungstool Canva verschafft Ihnen Vorsprung, indem es Ihnen Designs vorschlägt. Der Vorschlag passt noch nicht ganz? Dann haben Sie die Komposition in wenigen Klicks zurechtgerückt.
Social Media Post, E-Book, Werbeplakat, Bandenwerbung – Canva bietet ein breites Spektrum an Möglichkeiten und ist dabei unvergleichlich leicht zu bedienen. Keine Vorkenntnisse erforderlich, versprochen.

#3: CapCut – für den mittellosen Video-Regisseur

Von der Unterhaltungs-App TikTok haben Sie vielleicht schon gehört. Um es Nutzern so leicht wie möglich zu machen, die Plattform mit Inhalten zu füttern, rief TikTok Herausgeber ByteDance auch die Videoschnitt-App CapCut für's Smartphone ins Leben.
Clips zusammenfügen, mit Musik unterlegen, Zeitlupe, Filter, Text hinzufügen, Soundeffekte – mit diesem kostenlosen mobilen Bearbeitungsprogramm verwandeln Sie Ihre

Handyaufnahmen direkt auf dem Telefon in hochwertige Inhalte für soziale Medien. CapCut erfreut sich einer besonders großen Popularität, da die Bedienung besonders einfach ist. Probieren Sie es einfach einmal aus!

#4: Ein Interview mit traplinked filmen

Wir veröffentlichen regelmäßig die beliebten Kunden-Erfolgsstories, Videos mit Geschichten aus dem Alltag von digitalisierenden Schädlingsbekämpfungsunternehmen, über Erfahrungen, Erfolge, Probleme, Lösungen, Tipps. Diese Videos haben natürlich auch für unseren Interview-Partner einen Werbe-Nutzen: Ob Kunden-Akquise oder Personalsuche – unsere Videos wirken. Sie möchten auch Ihre Story erzählen? Treten Sie mit uns in Kontakt, um einen Termin zu vereinbaren.

#5: Ihre Firma sichtbar machen auf discover-nextlevel.com

Wir wollen, dass Sie Erfolg haben. Neben persönlicher Beratung, Vor-Ort-Besuchen und Videos über Sie bieten wir seit 2021 noch eine weitere Hilfestellung bei der Kundenakquise: Unser Vermittlungsportal discover-nextlevel.com. Mit Hilfe gezielter Marketing-Kampagnen holen wir Entscheider aus der Lebensmittelindustrie, Pharmazie, Logistik, Hotellerie und Gastronomie auf unsere interaktive Karte, auf der sie Schädlingsbekämpfer finden können, die mit den digitalen Fallensystemen von traplinked arbeiten. Auf diese Weise finden zahlreiche unserer Kunden Zulauf! Lassen Sie sich diese Gelegenheit nicht entgehen und melden Sie sich jetzt an. Dieser Service ist für Sie kostenlos.

Bonus-Tipp: Das traplinked Marketing Paket! Bisher haben wir Ihnen nur Vorschläge präsentiert, die Sie, bis auf Ihre Zeit, nichts kosten. Das traplinked Marketing Paket ist zwar nicht kostenlos, aber eine gute Investition: Sie erhalten von uns eine digitale Werbebroschüre sowie eine fertige Präsentation und ein Werbevideo in Ihren Unternehmensfarben, mit Ihrem Logo und Ihrem Namen. Kontaktieren Sie uns per E-Mail unter kontakt@traplinked.com für genauere Informationen sowie Preisauskünfte.

Mit Akquise kennt sich Sebastian Hackbarth aus: Den beachtlichen Kundenstamm seines erst 2022 neu gegründeten Schädlingsbekämpfungsunternehmens hat der Unternehmer in kürzester Zeit aufgebaut.

RATGEBER

PROFI-TIPPS: KUNDEN-AKQUISE LEICHT GEMACHT

Gewissheit rund um die Uhr, transparente Einsicht in die Schädlingsbekämpfung, optimaler Service – die Vorteile des digitalen Fallensystems für Ihre Kunden liegen auf der Hand. "Ich habe noch nie einen QM-ler erlebt, dem du sagst 'du siehst jederzeit den Ist-Zustand', und der gesagt hat 'Nee, das finde ich aber doof'", berichtet uns Sebastian Hackbarth, Geschäftsführer bei Hackbarth Schädlingsbekämpfung & Wildtiermanagement. Doch der Schädlingsbekämpfer weiß auch, dass die Vorteile allein noch keinen Vertragsschluss garantieren. Man müsse doch ein wenig Überzeugungsarbeit leisten, damit der Kunde den Versuch wagt.
Ist der Startschuss gefallen, beginnt in der Regel eine produktive Beziehung mit einem sehr glücklichen Kunden. Doch wie gelingt der erste Schritt? Wir haben erfolgreiche Viel-Digitalisierer nach ihren Profi-Tipps ausgefragt. Mit diesen bewährten Praxis-Strategien gelingt der Verkauf.

#1: "Der Qualitätsmanager ist mein Buddy"

"Für mich hat sich gezeigt: Für den Kunden hat es den größten Wert, zu wissen – immer genau jetzt – was ist gerade los? Die waren immer alle hellauf begeistert", erzählt Sebastian Hackbarth. Julien Simpkins (BIO-TECH Betriebshygiene) argumentiert darüber hinaus mit einer höheren Fängigkeit von Schlagfallen: "Ich kann anhand der Erfahrung – wir sind ja sehr Daten-affin – sagen: Digitale, aber auch Schlagfallen an sich – da fängst du mehr."
Den Qualitätsmanager zu überzeugen sei besonders wichtig, sollte das Konzept später am Geld zu scheitern drohen: "Schwierig [ist es] oft, wenn der Qualitätsmanager sagt, ja, er will – hingegen der Einkauf nein. [Wegen der] Umstellungskosten", berichtet Simpkins von einem gängigen Alltagsszenario. "Da schnürst du 14 verschiedene Pakete, um's irgendwie einzutüten. Aber unser Buddy ist immer der Qualitätsmanager."

#2: Das Produkt in der Praxis demonstrieren

"Wir haben 15 Fallen installiert und in der ersten Nacht in zwei Fallen drei Ratten gefangen", beschreibt Hackbarth seinen jüngsten Erfolg. "Danach kam dann die Ansage: Tu uns bitte den Gefallen, statte den ganzen Betrieb aus."
Um die Stärken des digitalen Systems in der Praxis zu demonstrieren, hat der Profi aus Sieverstedt seinen Kunden zu einem kostenfreien Test bewegt. Die Systeme nehme er wieder mit, sollten sie nicht beeindrucken. Solche Wetten gewinnt Hackbarth stets nach kurzer Zeit – denn natürlich beeindruckt das System. Wichtig sei, den Fuß in die Tür zu bekommen und die Vorteile der digitalen Lösung in der Praxis vorzuführen. "Man zeigt dem Kunden: Schau dir an, es funktioniert", erzählt er – ein Erfolgsrezept.

#3: "Indem ich dahinter-stehe"

"Indem ich dahinterstehe", stellt Julien Simpkins fest. Dann müsse man nicht verkaufen, man bräuchte es nur erzählen, ergänzt er. "Wenn du nicht dran glaubst, was du machst, dann wirst du damit auch nicht Erfolg haben", pflichtet Sebastian Hackbarth seinem österreichischen Kollegen bei. "Egal, ob es um digitale Fallen geht oder um Schädlingsbekämpfung allgemein."

#4: Großer Befall – viel Potenzial

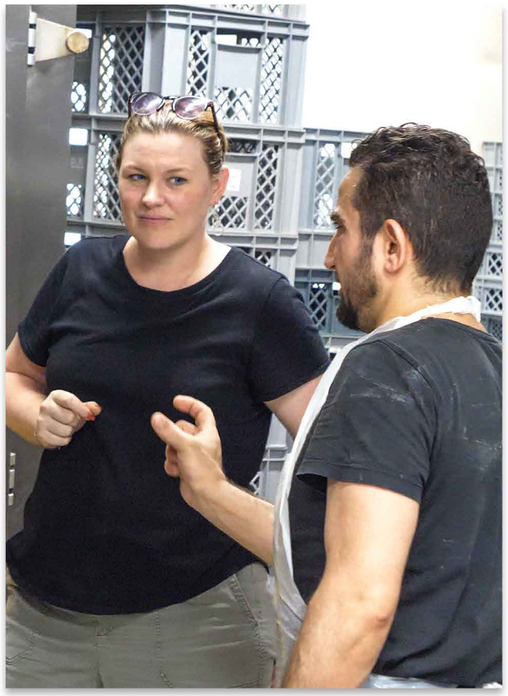
Nachdem sein Vorgänger monatelang erfolglos versucht hatte, den starken Befall in einer Bäckerei im Ruhrgebiet mit Toxködern in den Griff zu bekommen, fiel es Niklas Ertan Treu, Geschäftsführer bei Bougé Schädlingsbekämpfung, nicht schwer, den Kunden zu überreden, digitalen Fallensystemen eine Chance zu geben. Der Befall war erstaunlich schnell getilgt, und noch eine weitere Überraschung wartete auf den

Schädlingsbekämpfer: "Als wir das dann [dem Kunden] mal zeigen konnten, [...] ja, seitdem sind wir da Dauergast", erinnert sich Treu zufrieden. Dass sich aus Akutbekämpfungen mit digitalen Fallen fast immer auch Permanent Monitoring Kunden ergeben – das erzählen uns Schädlingsbekämpfungsprofis täglich. Klar ist: Akutbekämpfungen bilden ein Szenario, bei dem der Endkunde leichter davon überzeugt werden kann, alternative Methoden auszuprobieren. Und wie im vorherigen Tipp aufgezeigt – hat der Versuch einmal begonnen, ist der Kunde meist dauerhaft überzeugt.

#5: Nicht Fallen verkaufen, sondern Qualität

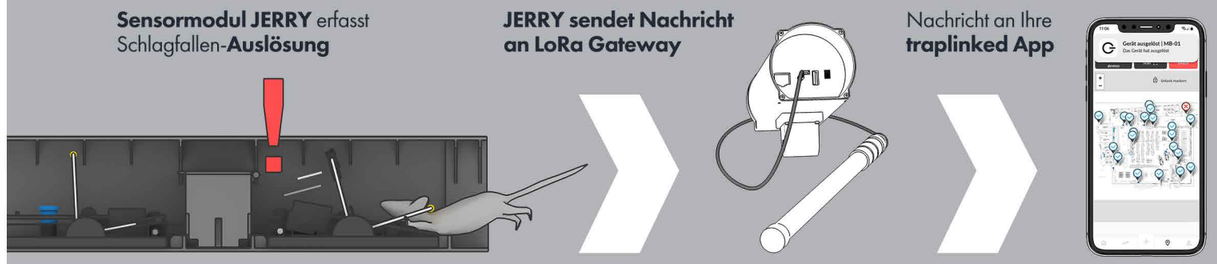
"Grundgedanke [...] in der Firma ist der Qualitätsgedanke", erklärt Julien Simpkins von Traditions-Schädlingsbekämpfer BIO-TECH Betriebshygiene. Bei BIO-TECH gibt es keine "Hau-Ruck-Aktionen", sondern durchdachte, lösungsorientierte Konzepte.
Digitale Schlagfallen passen in das Qualitäts-Ziel des österreichischen Unternehmens – ermöglichen es durch hohe Fängigkeit und sichtbare, quantitative Behandlungsergebnisse, optimalen Service zu bieten. Simpkins stellt seinem Kunden daher keine digitalen Fallen, sondern ein seriöses Lösungs-Paket vor, das Digitalfallen enthält. Alles im Namen der Qualität.
"[Ich] brauche nicht verkaufen, ich brauch's ihm einfach nur zu erzählen", zieht Simpkins einmal mehr die Schlussfolgerung.

Waren unsere Tipps hilfreich? Sie möchten mehr? Das trifft sich gut: Aus zahlreichen Interviews mit traplinked Kunden haben wir einen umfassenden Akquise-Ratgeber zusammengestellt. Laden Sie sich diesen jetzt auf https://www.traplinked.com/ratgeber-zur-kunden-akquise/ herunter.



Aktive Akquise betreiben sie kaum: Firma BIO-TECH wächst mittlerweile hauptsächlich über Empfehlungen. Das Qualitätskonzept, nicht zuletzt ermöglicht durch digitale Fallen, kommt gut an.

EIN ECHTES KOMPLETTSYSTEM
FLEXIBEL, VIELFÄLTIG UND DOCH PLUG & PLAY



Jetzt bestellen auf shop.traplinked.com

PRIO 1: GLÜCKLICHE KUNDEN

Ein bisschen sieht er sogar aus wie Marcell D'Avis von 1&1: Benjamin Braun – der neue Leiter für Kundenzufriedenheit bei traplinked – ist auch Ende Dreißig, hat ein intelligentes, vertrauenserweckendes Gesicht und eine ruhige, menschliche Umgangsart. Doch Benjamin möchte nicht so sein wie Marcell D'Avis. D'Avis, der kurzlebige "Star" des 1&1 Kundensupports verschwand nur zwei Jahre nach seinem Debut wieder – als sich die Versprechungen in den Werbespots als leer entpuppten, seine persönliche E-Mail-Adresse nur als eine Weiterleitung in den allgemeinen Verteiler.

"Wir haben uns ein hohes Ziel gesetzt: Ab nächstem Jahr wollen wir eine Kundenzufriedenheit von über 90 Prozent haben. Das ist eine große Herausforderung", erklärt Benjamin. Haltlose Werbebotschaften seien hier nicht der Weg ans Ziel, weiß er. "Es kann nur so funktionieren, dass wir uns hinsetzen und echte Probleme lösen. Zusammen mit – und für Kunden. Dafür haben wir unsere Qualitätsoffensive ins Leben gerufen."

Aber was genau ist die Qualitätsoffensive und wieso jetzt? "Qualität und Kundenzufriedenheit waren bei traplinked natürlich immer schon wichtig, aber was jetzt neu ist, ist, dass wir eine Person exklusiv für diese Ziele beschäftigen", berichtet Benjamin. "Das ist ein Kostenblock... ein Unternehmen muss erst einmal eine gewisse Größe erreichen, um sich eine solche Stelle und die damit verbundenen Projekte leisten zu können. Und das ist jetzt der Fall. Wir können und wir müssen."

Vor seiner Ernennung war der Ingenieur mit Produktionsoptimierung und Qualitätssicherung betraut. Dort waren ihm bereits Chancen ins Auge gesprungen, Produkte und Prozesse zu verbessern – doch war der Handlungsspielraum seiner Position limitiert. Diese Limits gibt es nun, als Leiter für Kundenzufriedenheit, nicht mehr. Benjamin arbeitet direkt mit allen Abteilungen bei traplinked zusammen, ebenso mit Kunden, mit denen er telefonisch und auch durch Vor-Ort-Besuche in Kontakt tritt. "Ich ermittele den Bedarf, konkrete Handlungen und dann stelle ich sicher, dass das Projekt auch Prio eins bleibt."

Eine wichtige Basis für seine Arbeit ist das seit einem halben Jahr zentrale Erfassungssystem für Support-Aufträge. Statt Support über das Vertriebsteam eingehen zu lassen, gibt es seit März bei traplinked eine zentrale Anlaufstelle. "Erst als wir das gemacht haben, haben wir festgestellt, welche Anliegen sich beim Support häufen und vor allem auch, wie viele Support-Anrufe wir überhaupt bekommen", erinnert sich Benjamin. "Wir haben sehr schnell gemerkt, dass wir in Sachen Support Kapazität aufbauen müssen. Aber auch, dass es bestimmte Arten von Problemen wieder und wieder gibt. Zum Beispiel sind fünfzig Prozent aller Anrufe und E-Mails reine Service-Anfragen für Dinge, die der Kunde nicht selber über die traplinked App erledigen kann. Und das muss nicht sein. Das können wir besser."

Benjamin sieht sich in seiner Rolle gut aufgehoben, da er mit Kunden sympathisieren kann. Oft geht es ihm ganz ähnlich wie ihnen. "Wenn etwas schief läuft oder regelmäßig einfach nicht gut passt, dann kriege ich so einen Hals. Dann taugt mir das nicht", gibt er offen zu. "Klar, man kann nicht alle Probleme lösen. Es wird immer welche geben. Aber bei denen, die lösbar sind, müssen wir gucken, wie wir da vorwärts kommen."
Für den Leiter für Kundenzufriedenheit steht an oberster Stelle, seiner Aufgabe gerecht zu werden: "Ich werde mich maximal dafür einsetzen. Vielleicht werde ich auch mal laut werden müssen, weil ich verspreche es ja dann auch meinen Kunden. Ich kann nicht immer vertrösten, vertrösten, vertrösten."
Wie auf Kommando klingelt beim letzten Wort des Satzes Benjamins Telefon. Ohne zu zögern greift er danach und hebt an. Das Interview ist beendet. **Der Kunde ist jetzt dran**.

Sie haben ein Anliegen? Benjamin Braun und sein Team sind für Sie da.

Kontaktieren Sie uns telefonisch
Mo bis Fr, 9 – 12 und 13 – 17 Uhr:
+49 911 477 567 65

Schreiben Sie uns jederzeit eine E-Mail:
support@traplinked.com

Mit 48 Stunden Vorlauf können Sie auch Bereitschaft außerhalb regulärer Support-Zeiten buchen! Sprechen Sie uns einfach an.

IMPACT

WIE DIE TRAPLINKED LÖSUNG TÄGLICH HILFT

ZUKUNFTSSICHERER ARBEITSPLATZ – GUT FÜR BEIDE SEITEN

Die traplinked Lösung automatisiert zeitintensive, uninteressante Tasks. Das hilft einer chronisch unterbesetzten Branche: Individuelle Mitarbeiterproduktivität steigt und dringend benötigter Nachwuchs blickt einem spannenden Tätigkeitsfeld mit modernen Werkzeugen entgegen statt einem vom Dosen-Öffnen geprägten Alltag.

MIT DATENBASIS DIE TÜR ZUR PRÄVENTION ÖFFNEN

24/7 Gewissheit haben – da macht es bei Qualitätsmanagern jeder Betriebsgröße *Klick*. Die automatische, digitale Meldetechnik eröffnet Endkunden jeder Art eine ganz neue Möglichkeit der Verwaltung ihres Betriebes und eine neue Basis für das Treffen von Entscheidungen. Die Folge: Steigende Produktqualität, weniger Ausschuss, ein offenes Ohr für Prävention.

KEIN WEGWERFPRODUKT – FÜR DIE NACHHALTIGKEIT

Es ist das vielleicht leichteste, was wir für unseren Planeten tun können: Produkte haltbar machen. Dadurch, dass wir unsere Technologie nicht in die Schlagfalle integriert haben, sondern von ihr getrennt, bedeutet das Abnutzen der Falle nicht das Ende der Modul-Lebenszeit. Austauschbare, wiederaufladbare Akkus, modularer Aufbau, Ersatzteile, Remote-Updates – unsere Produkte sind hier um zu bleiben.

KEINE FOLGESCHÄDEN – GLÜCKLICHE ENDKUNDEN

Transparente Einsicht in die Situation vor Ort und Leistung des Schädlingsbekämpfers, bessere Zuarbeit, Befälle, die sofort getilgt sind – ehe sie zum Problem werden.
Knapp dreitausend Standorte, dreitausend Endkunden sind begeistert von den Vorzügen der modernen Lösung. Manchmal ist der erste Schritt nicht leicht – doch der langfristige Erfolg ist meist sicher.

BY DESIGN GEGEN TIERLEID – UND GEGEN TIERLEID BY DESIGN

Für möglichst lange Annahme sind Toxköder so konzipiert, dass der Schadnager nach dem Konsum verzögert stirbt und bis zu sieben Tage – zugegeben: unbeabsichtigt – qualvoll darunter leidet. Ebenso alle Nicht-Ziel- Organismen in Folge. Dank sofortiger Tötung durch die Schlagfalle setzen traplinked Kunden unnötigem Tierleid ein Ende.

NUR DAS BESTE FÜR EINE SYSTEMRELEVANTE BRANCHE

Ob es der durchschnittliche Mensch ahnt oder nicht – seine Gesundheit und das reichhaltige Nahrungsangebot im Supermarkt haben viel mit Schädlingsbekämpfung zu tun. Mit automatischer digitaler Fallenüberwachung schafft es diese wichtige Branche, mit wachsenden Anforderungen mitzuhalten.

UNTERNEHMENSPLANUNG FÜR DAS LONG GAME

Die kompetenten Berater von traplinked helfen Schädlingsbekämpfern europaweit, ein langfristiges, nachhaltiges Geschäftskonzept aufzubauen. Ob steigende Ansprüche seitens Endkunden oder eine ungewisse Zukunft der Rodentizide – mit Digitalisierung und organischem Wachstum machen sich Schädlingsbekämpfer fit für Jetzt und Später.

MEHR ALS NUR EINE FUNKFALLE

Solarzellen auf dem Dach. Flüsterleise rollt das E-Auto vom Hof – und auch nur dann, wenn es wirklich nötig ist. Leerfahrten werden durch digitale Fallensysteme reduziert, ausgefeilte Software hilft bei einer flexiblen, effizienten Tourenplanung mit möglichst kurzen Wegen.

Nachhaltigs-Konzepte sind wichtig. Einerseits natürlich für die Umwelt im Allgemeinen, aber vor allem auch für Ihren Kunden. Die Biozid-freie Arbeit mit den fernüberwachten Schlagfallensystem ist bei vielen nachhaltigkeits-bewussten Endkunden ein wichtiger Schritt.

Doch *giftfrei* ist nicht alles: Ist das digitale Fallensystem denn nachhaltig? Wird unnötigem Wegschmeißen vorgebeugt? Wie wird das Produkt transportiert?

Bei traplinked gehört Nachhaltigkeit zu den Kernwerten. Die Sensortechnik ist zum Beispiel von der Schlagfalle getrennt – dadurch können alle Komponenten unabhängig voneinander getauscht werden. Bei traplinked werden Retouren noch bearbeitet statt weggeschmissen und neu: Wir verwenden Kartons wieder, in denen wir Ware erhalten haben, wenn sie sich in einem guten Zustand befinden.
So trägt traplinked zu Ihrem Nachhaltigkeits-Portfolio bei.

WIR SAGEN DANKE!

Tuyet Than
Konzeption, Projektmanagement, Distribution

Tim Reiche
Texte, Fotos, Design, Layout

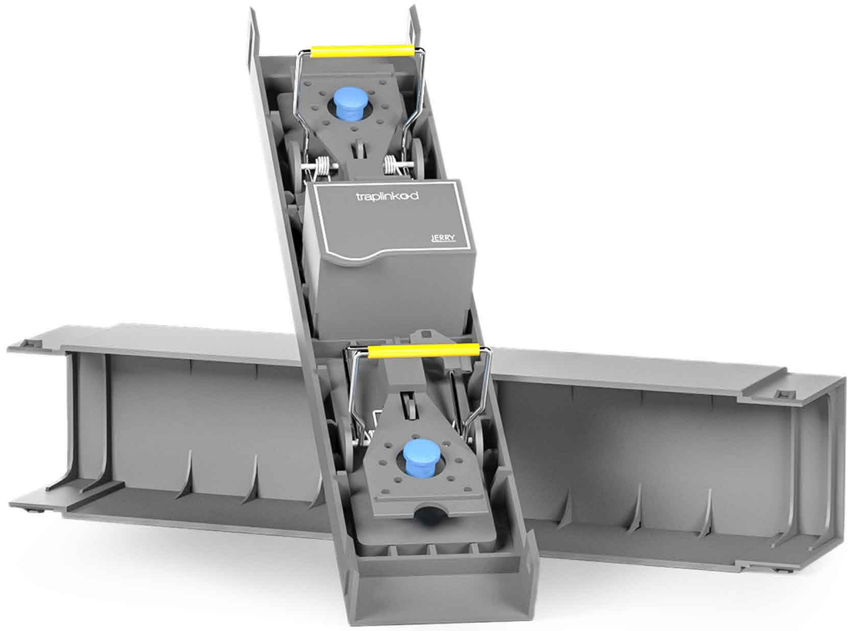
Vielen Dank an Sebastian Hackbarth (Hackbarth Schädlingsbekämpfung), Julien Simpkins (BIO-TECH), Andreas & Ilka Behrens (Supella) und Sascha Erxleben (Heide-Bäckerei Meyer) für ihre Zeit, Offenheit und die spannenden Einblicke!

Sie möchten auch Ihre Geschichte erzählen? Schreiben Sie uns jederzeit unter **kontakt@traplinked.com**

IHRE MEINUNG ZÄHLT

Traplinked Magazin – Top oder Flop? Sagen Sie es uns! Scannen Sie jetzt den QR-Code und stimmen Sie ab.

Wir: Immer für Sie da.
JERRY: Immer anstelle von Ihnen da.



IMPRESSUM

traplinked GmbH
Zollhof 7
90443 Nürnberg
Germany

HRB 36804
Registergericht Nürnberg
Geschäftsführer: Daniel Pelikan, Tim Kirchhof

+49 911 477 128 50
kontakt@traplinked.com
© traplinked GmbH 2023

Sie möchten mehr Kunden-Stories? Mehr Tipps? Exklusive Angebote? Registrieren Sie sich jetzt für den traplinked Newsletter!

Wir möchten Ihnen genau die Informationen schicken, die Sie wünschen. Deswegen können Sie konkret auswählen, zu welchen Themen Sie E-Mails erhalten möchten. Klicken Sie dazu in der Fußzeile jeder E-Mail auf "Einstellungen verwalten".