

3. Zukunftstag: Führen und Motivieren mit System

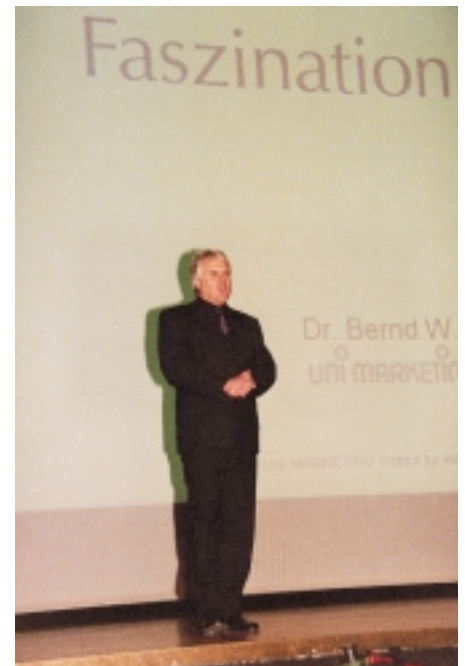
Faszination Handwerk!

Zum 3. Mal fand Ende Oktober letzten Jahres in Augsburg eine speziell auf das Handwerk ausgerichtete Informations- und Weiterbildungsveranstaltung zum Thema „Führen und Motivieren mit System“ statt. Welche Bedeutung dahinter steckt, verdeutlicht die Teilnehmerzahl: 1500 Handwerker aus insgesamt 700 Betrieben und 20 verschiedenen Gewerken kamen in den äußersten Süden Deutschlands gereist. Geboten wurde ein breites Programm an Vorträgen für Führungskräfte und Angestellte sowie eine begleitende Ausstellung. Highlight war die Vorstellung eines neuen Qualitätssystems für herausragende Handwerksbetriebe, das kurz vor seiner Einführung steht.

Wer am Freitag morgen um 10 Uhr den großen Vortragssaal des Augsburger Kongresszentrums betrat, war beeindruckt. Insgesamt 1200 Führungskräfte aus dem Handwerk hatten sich dort versammelt, um auf dem zum nunmehr 3. Mal veranstalteten Zukunftstag Informationen zu den Themen „Management – Motivation – Marketing“ zu hören. Diese 3-M-Formel ist Teil eines umfassenden Konzepts von Dr. Bernd W. Dornach, Geschäftsführer der Uni-Marketing Service GmbH & Co. KG in Augsburg, die erneut als Veranstalter des Zukunftstags fungierte. Wie bereits in den zurückliegenden Jahren hatte die Veranstaltung die Unterstützung der Stadt Augsburg und der Kreishandwerkerschaft.

Wie (überlebens)wichtig das Thema „Marketing“ für das Handwerk ist, beschrieb Dr. Dornach bereits in einem Fachbeitrag der KK-Februar Ausgabe 2001. Darin erläuterte er ausführlich, welche Möglichkeiten sich Handwerksunternehmen bieten, um eine zukunftsorientierte Ausrichtung zu realisieren und um in einem immer enger werdenden Markt überleben zu können. Hierzu lieferte auch der 3. Zukunftstag viele Anregungen, die teilweise sehr einfach umzusetzen sind. Anwesend waren in erster Linie Gewerke des Bau- und Ausbaugewerbes (Maler,

SHK, Elektro, Holz- und Kunststoff, Fliesenleger, Solar/Haustechnik, . . .), jedoch (noch) keine Kälteanlagenbauer.



Der Entwickler des Zukunftstags Dr. Bernd W. Dornach hat aufgrund seiner jahrelangen Erfahrung klare Vorstellungen, wie die Zukunft des Handwerks aussehen muß, um zu überleben

Ein buntes Programm

Rückblickend betrachtet war die Veranstaltung in drei Kernbereiche gegliedert:

Die Fachveranstaltung

Die Fachveranstaltung startete um 10 Uhr mit Vorträgen für Führungskräfte. Insgesamt 6 Referate von professionellen Trainern gehalten, befaßten sich mit zahlreichen Themen, denen sich Inhaber von Handwerksunternehmen sowie Mitarbeiter in leitenden Funktionen stellen



1200 Führungskräfte, hier im Rahmen der Fachveranstaltung, und 300 Mitarbeiter aus 20 verschiedenen Gewerken waren zum 3. Zukunftstag nach Augsburg gekommen

müssen. Dabei ging es um die Frage, ob ein Unternehmen tatsächlich kundenorientiert handelt. So spielen die Stichworte „Dienstleistung“ und „Kommunikation“ eine immer wichtigere Rolle, um sich nach außen zu verkaufen. „Wer nicht kommuniziert, wird exkommuniziert“ lautete dann auch ein Resümee von Dr. Dornach, das aber klar ausdrückt, daß sich das Handwerk heute nicht mehr in einer überlegenen, sondern in einer von vielen Seiten angefochtenen Position befindet: Der Wettbewerb hat massiv zugenommen, die Preise sind gesunken, die Konjunktur hinkt und last but not least will der Kunde schnelle, gute und günstige Leistungen, am besten noch aus einer Hand. Daß diese Situation aber kein schwarzes Loch, sondern eine Chance darstellt, verdeutlichen auch die weiteren Referenten. Um eine optimale Wirkung nach außen zu erzielen, mit der sich heute jedes Handwerksunternehmen von der breiten Masse deutlich absetzen kann, muß verstärkt auch nach innen gearbeitet werden. Das Zauberwort heißt „Mitarbeitermotivation“ und hier liegen enorme Potentiale vergraben, deren Nutzen gegenüber dem Aufwand wirklich beachtlich ist. So wurde anhand eines Beispiels deutlich, daß Unternehmen, die ihre Ziele zusammen mit Ihren Mitarbeitern klar definieren und dies auch schriftlich fixieren, nachgewiesen beachtlich höhere Umsätze verzeichnen können. „Ohne Mitarbeitertreue gibt es keine Kundentreue“, so ein weiteres Zitat von Trainer Martin Staiber, woraus geschlußfolgert werden kann, daß mangelnde Führungsqualitäten niemals zu treuen Kunden führen können. An Positivbeispielen machte Staiber deutlich, wie dem entgegen werden kann: Informationsweitergabe, loslassen und Teilverantwortlichkeiten zulassen, Lob und Anerkennung aussprechen, als gutes Vorbild vorangehen, um nur einige Stichworte zu nennen.

Das Grundlagenseminar

Erstmals in diesem Jahr bot der Zukunftstag auch Themen für Mitarbeiter von Handwerksunternehmen. Diese stehen tagtäglich am Telefon oder auch draußen „an der Front“ und spiegeln das Bild eines jeden Unternehmens. Somit ist deren Art und Weise des Auftretens einer der entscheidenden Faktoren für die (Un)Zufriedenheit eines Kunden. Um hier Hilfestellung zu bieten, wurde parallel zur Fachveranstaltung dieser zweite Vortragsblock zusammengestellt – und auch angenommen, was die Zahl von 300 Teilnehmern deutlich unterstreicht. Die behandelten Themen lauteten:

- Vom Telefonkontakt bis zur Montage – den Umgang mit dem Kunden erfolgreich gestalten.
- Beschwerde als Chance – Reklamationen souverän meistern.
- Erfolgreicher Umgang mit schwierigen Kunden.

Um Inhabern von Handwerksbetrieben auch die Teilnahme ihrer Mitarbeiter schmackhaft zu machen, hatten die Veranstalter übrigens ein pffiffiges Angebot geschaffen: Über ein eigenes „Call Center“ direkt auf der Veranstaltung hatte jedes Unternehmen die kostenlose Möglichkeit, permanent erreichbar zu bleiben, selbst wenn die komplette Belegschaft an diesem Freitag „ausgeflogen“ war.

Der Zukunftsmarkt

Als schließlich dritte Komponente des Zukunftstages wurde im Foyer des Augsburger Kongreßzentrums eine Fachmesse mit 30 Ausstellern veranstaltet. Hier präsentierten sich Unternehmen, die professionelle Hilfestellungen für eine moderne Unternehmensführung anbieten, wie auch weitere Dienstleister, zu deren Kunden das Handwerk zählt.

Der Handwerker-Guide

Wie bereits eingangs dieses Beitrags angekündigt, gab es zum Ende des Tages dann noch ein Highlight. Nach Beendigung der Vorträge wurde den 1500 Teilnehmern nämlich ein neues Qualitätssystem für herausragende Handwerksbetriebe vorgestellt, das von Uni-Marketing entwickelt wurde. Die ersten Unternehmen befinden sich derzeit in der Bewertung, wobei das Ziel sein wird, ähnlich dem Gastronomiegewerbe mit seinem „Guide-Michelin“ einen Führer für Handwerksbetriebe herauszugeben, der dem Endkunden durch die Vergabe von maximal 5 Schleifen signalisieren soll, welche Unternehmen zukunftsorientiert arbeiten. Dr. Dornach bat die sich derzeit in der Bewertung befindlichen Betriebe auf die Bühne und kündigte gleichzeitig auch die Veröffentlichung der ersten Auflage des Handwerker-Guides für das Frühjahr 2002 an. Nähere Informationen zu diesem Thema liefert das anschließende Interview mit Dr. Dornach, das einige Hintergründe zu diesem neuartigen Qualitätssystem beleuchtet.



So soll er einmal aussehen: der Handwerker-Guide mit den Top-Adressen in Deutschland



Die Mitarbeitermotivation war einer der Schwerpunkte des Vortrags von Trainer Martin Staiber

Auch in diesem Jahr wird es wieder einen Zukunftstag für Handwerksbetriebe im Augsburger Kongreßzentrum geben. Als Termin steht bereits jetzt der 22. November fest. Das Thema wird dann „Intelligentes Wohnen – Handwerker als Zukunftsberater“ lauten. Dabei sollen Modelle für den Verkauf von komfortablen Wohnkonzepten (Komfort durch Technologie, Intelligente Produkte, Franchising als kooperatives Effizienzmodell, ...) vorgestellt werden.

A. F.

Der Handwerker-Guide – Qualität auf einen Blick

KK-Redaktion: Sehr geehrter Dr. Dornach, wie sieht Ihr neues Produkt aus?

Dr. Dornach: Wir stellen den Handwerksbetrieben – zumindest denen, die an Ihrer Zukunftsgestaltung Interesse haben – einen Fragebogen zur Verfügung, mit dem sie ihren aktuellen Erfolgsquotienten möglichst objektiv testen und gleichzeitig die Defizite erkennen können. Zur Lösung dieser Defizite gibt es auf Wunsch konkrete Vorschläge. Wer sich letztlich als wirklich Top erweist, wird in ein Verzeichnis eingetragen, aus dem der Endverbraucher die nötige Orientierung ersehen kann. Wir leben schließlich in einer Informationsgesellschaft. Außerdem gibt es in fast allen Branchen zwischenzeitlich Orientierungsführer und Bewertungssysteme à la fünf Sterne. Im Stil der Gourmet-Guides und Hotelführer bringen wir jetzt den „Michelin“ fürs Handwerk auf den Markt.

KK-Redaktion: Das klingt fast zu einfach, wo ist der Haken dabei?

Dr. Dornach: Einen Haken gibt es keinen, aber einfach ist es auch nicht. Ich habe in dieses Projekt rund 20 Jahre Erfahrung mit dem Marketingdefizit im Handwerk investiert, viele Gespräche mit Experten geführt und in den letzten Monaten weit über 100 Handwerksbetriebe anhand des Fragebogens persönlich befragt.

Sehr ernüchternd sind derzeit noch die ersten Bewertungsergebnisse. Es gibt nur wenige Betriebe, die die von uns entwickelten Standards bereits komplett umgesetzt haben.

KK-Redaktion: Und was bewerten Sie?



„Auch das Kälteanlagenbauer-Handwerk wird sich zukünftig um innovative Lösungen für den Endkunden bemühen müssen“, so die notwendige Zielsetzung aus der Sicht von Dr. Bernd W. Dornach

Dr. Dornach: Wir bewerten nur, was dem Kunden nutzt und dies erledigen wir nach einem objektiven Verfahren. Der von uns entwickelte Kundenorientierungsquotient kümmert sich nicht um Umsatzgröße, Bonität oder BWAs. Er ergibt sich aus einem für alle Beteiligten nachvollziehbaren Qualifikationsraster, das sich im wesentlichen aus den Bereichen Auftragsabwicklung, Angebot spezieller Leistungen, fachliche und persönliche Schulung der Mitarbeiter, Chefweiterbildung, Zusammenarbeit mit Kollegen und schneller Verfügbarkeit für den Kunden zusammensetzt. In unser Verzeichnis werden ausschließlich Handwerksbetriebe eingetragen, die sich in besonderer Form für Kundenorientierung und der Erfüllung besonderer Wünsche engagieren und dafür betriebsintern die Voraussetzungen geschaffen haben.

KK-Redaktion: Wie prüfen Sie die eintragsfähigen Betriebe?

Dr. Dornach: Die Meßlatte für die Eintragung derartiger Betriebe wird bewußt hoch gelegt, um dem Kunden einen zuverlässigen Wegweiser und

praktischen Ratgeber mit an die Hand zu geben. Die Prüfung der eintragsfähigen Betriebe basiert im wesentlichen auf Referenzen, die wir auch stichprobenartig kontrollieren. Statt den hinlänglich bekannten Negativratings der Handwerker im Fernsehen und in Zeitschriften werden bei diesem Projekt zur Wiederbelebung der „Faszination Handwerk“ erstmalig Berichte über positive Erfahrungen gesucht. Auch unsere neue Internet-Adresse www.faszination-handwerk.de soll dafür eine Plattform vor allem für die Endverbraucherseite bieten.

KK-Redaktion: Statt der üblichen Sterne vergeben Sie maximal „5 Schleifen“. Wie kommen Sie auf dieses Symbol?

Dr. Dornach: Wir haben unser eigenes Symbol für alle Bau- und Handwerksbetriebe geschaffen und in maximalem Umfang patentieren und schützen lassen. Unsere Schleife steht für Service, Freundlichkeit, Entgegenkommen, Dienstleistungsbereitschaft und wird schon bald das Markenzeichen der Elitehandwerker sein.

KK-Redaktion: Und welchen Nutzen kann das Kälteanlagenbauerhandwerk aus ihrem Handwerksführer ziehen, dessen Endkunde weniger im privaten Bereich, als vielmehr im Gewerbe, im Zweckbau (Büro-/Verwaltungsgebäude, Hotels, Einzelhandel, ...) und in der Industrie zu finden ist?

Dr. Dornach: Es hat sich hinreichend herumgesprochen, daß neue Kundenpotentiale im gewerblichen Bereich begrenzt sind. Auch das Kälteanlagenbauerhandwerk wird sich zunehmend mehr um innovative Komfortlösungen im Endverbrauchersegment bemühen müssen, die ihrerseits später wieder den gewerblichen Sektor positiv beeinflussen können. Viele Handwerker vergessen, daß gewerbliche Entscheider auch ein Privatleben führen und umgekehrt – die Trennlinien verlaufen fließend. Unser Guide ist die richtige Plattform für Elitebetriebe der Handwerker, im privaten und gewerblichen Sektor.