



Viele Stuckateurbetriebe gleichen sich in ihren Leistungen immer mehr an. Wenn jedoch Unterscheidungsmerkmale fehlen, fällt es dem Kunden schwer, sich zu entscheiden. Also nimmt er den Preis als Grundlage.

So oder so ähnlich

Das von dem Wirtschaftsjournalisten Karl Pilsl stammende Zitat zur Ähnlichkeit beschreibt die aktuelle Situation des Handwerks ziemlich genau. Seine Worte bieten den richtigen Ansatz, die festgefahrene Situation im Handwerk zu lösen. Wenn Sie zu den Ähnlichen dazu gehören, werden Sie es künftig schwer haben!

Ähnlichkeit

Es gibt wirklich viele ähnliche Handwerksbetriebe, die ähnliche Arbeiten ausführen. Warum ist das so? Und wo liegt das Problem? Durch Ähnlichkeit ist man vergleichbar! Der Traum eines jeden Kunden, zum bestmöglichen Preisvergleich anzusetzen. Obwohl das Handwerk im Gegensatz zu anderen Berufen, wie zum Beispiel dem Handel, das größte Potential zur Individualität besitzt, wird es nicht genutzt. Stattdessen wird das Handwerk Schritt für Schritt gleichgestellt. Ein Beispiel: Aus Faulheit und Geiz werden Marketingkonzepte und Werbemittel als billige Geschenke von der Industrie angenommen und aufgesetzt. Und jetzt stehen sie da, die ehemaligen Handwerker, zum

Verarbeiter mutiert, wie die geschlagenen Soldaten in einer Reihe mit dem großen Industriologo auf der Werbung und dem kleinen Firmennamen als Dankeschön für den treuen Einkauf.

Warum ändern wir dies nicht? Wollen wir nicht oder können wir nicht anders? Sicher, in der Theorie hört sich das immer gut an, aber wo liegt die Schwierigkeit, es in der Praxis umzusetzen? Ist es ein Zeitproblem? Scheint es zu teuer, zu kompliziert zu sein oder fehlt uns einfach der Mut?

Sehen Sie es doch mal so: Der Tag ist für jeden von uns gleich lang – aber unterschiedlich breit. In der Breite des Tages liegt die unternehmerische Freiheit, und gerade die wird im Handwerk immer weniger

genutzt. Die Folge ist die schmalspurige Ähnlichkeit, denn für das »Andersdenken« ist kein Platz mehr frei. Wenn man sich dessen bewusst wird, erkennt man die Basis des Erfolges – Erfolg durch eigene Entscheidungen.

Anders durch Ehrlichkeit

Wie wird man anders? Erst wenn wir beginnen, die gewohnten und aufgesetzten Denkweisen abzulegen, können wir unsere Persönlichkeit sich entfalten lassen. Dieses Potential, übertragen auf den Betrieb, schafft gelebte Ehrlichkeit und somit gerade die Individualität oder Persönlichkeit, die der Kunde spürt. Das fängt schon morgens mit dem Blick in den Spiegel an. Wer bin ich überhaupt? Was will ich? Was strahle ich aus? Bin ich

Wir haben zu viele ähnliche Firmen, die ähnliche Mitarbeiter beschäftigen, mit einer ähnlichen Ausbildung die ähnliche Arbeit durchführen. Sie haben ähnliche Ideen und produzieren ähnliche Dinge zu ähnlichen Preisen in ähnlicher Qualität.

Karl Pilsl

überhaupt noch ehrlich zu mir selbst? Oder anders gefragt: Wenn ich nicht ehrlich zu mir selbst bin, wie soll ich dann ehrlich zu meinen Kunden sein?

Unternehmen und unterlassen

Ein Handwerker ist auch gleichzeitig Unternehmer. Schon vergessen? Er besitzt das größte Glück der Welt – Freiheit über die eigene Person und die Freiheit, im eigenen Unternehmen selbst entscheiden zu dürfen. (Gerne dürfen dabei auch veraltete Traditionen über Bord geworfen werden.) Auch über seine eigene, schriftlich festgehaltene Firmenphilosophie kann er frei entscheiden. Wer sein Firmenprofil lebt und dieses konsequent auf den Prüfstand stellt, hat eine wahre Freude daran.

Denn Erfolg braucht diesen letzten Schritt zur Konsequenz.

Wettrüsten

Das Wettrüsten ist nun auch schon im Handwerk angekommen. Auf Teufel komm raus werden Trends mitgemacht, getreu nach dem Motto: Blinde Kuh – und hinterher. Lange wurde dem Handwerker vorgeworfen, er könne nicht verkaufen und habe Schuld daran, dass dem Kunden die Lust am Bauen vergeht. Jetzt sind wir einen Schritt weiter. Der Handwerker wird zum angelernten Verkäufer getrimmt. Ein Blick in die Rahmenlehrpläne und Seminarangebote zeigt: Das handwerkliche Können wird immer unwichtiger und die Fachkompetenz, die Basis im Handwerk, geht verloren. Es wird jeder Verkaufstechnik und Verkaufsstrategie nachgejagt, ohne nach dem Sinn zu fragen. Vielmehr sollte sich ein Unternehmer über sein persönliches Erscheinungsbild bewusst sein. Was glauben Sie, was für ein riesiges Potenzial in Ihnen noch in Bezug auf Image und Firmenprofil schlummert? Und das alles hat weder mit der Betriebsgröße, Finanzkraft und Umsatzerträgen zu tun. Ein gutes Image ist keine Frage des Geldes.

Anstatt vor der eigenen Haustüre zu kehren und Antworten zu suchen, werden lieber diese oder ähnliche Fragen gestellt: Wie kann der Handwerker A so viele neue Firmenfahrzeuge kaufen, eine so große Halle bauen und an so zahlungskräftige Kunden rankommen? Steckt da Erbmasse dahinter? Oder: Wie kann der Handwerker B überhaupt noch existieren? Mit Firmenfahrzeugen die gleich auseinanderfal-

len, einer Müllhalde vor dem Bürogebäude, dazu mit den billigsten Preisen in der Region. Steckt da Schwarzarbeit dahinter?

Ideenklau

Langfinger unter den Stuckateuren? Nein, es geht nicht um die G4, die am Wochenende von der Baustelle verschwand. Es geht um eine neue Qualität des Klauens: Kopieren und Imittieren. Gnadenlos werden beispielsweise von den Internetseiten des Kollegen Inhalte kopiert und auf der eigenen Internetseite eingefügt (STRG-C und STRG-V). Man erkennt es an den übertragenen Rechtschreibfehlern. Die Gedankenklauer sind doch tatsächlich der Meinung, durch Kopieren besser zu sein oder mithalten zu können. Eine Kopie bleibt eine Kopie. Nur eigenes Gedankengut ist nachhaltig und ehrlich.

Starthilfe

Wenn Sie etwas verändern wollen, müssen Sie nur so sein wie Sie sind, dann sind Sie garantiert einzigartig und sogar kopiergeschützt. Voraussetzung ist allerdings, dass Sie bereit dazu sind, nach Ihrer Persönlichkeit zu suchen.

Zur Person

Die Veränderungen und Schwierigkeiten im Handwerk interessieren und beschäftigen Bettina Luik-Braunstein. Mit ihrer Kolumne möchte die Betriebswirtin des Handwerks den Lesern von *ausbau + fassade* unverblümt und bisweilen provokant Lösungsansätze darstellen. Als Referentin und Beraterin für Handwerksbetriebe hat sie sich nicht auf eine Branche

Schlechte und unnütze Gewohnheiten, die sich im Laufe der Jahre in Ihrem Betrieb angesammelt haben, müssen konsequent auf den Prüfstand gestellt werden. Vergleichen Sie den Vorgang mit einem vollen Fass fauligem Wasser, das Sie zu Trinkwasser machen wollen. Durch bloßes Aufschütten von klarem Wasser erreichen Sie niemals Trinkwasserqualität. Was tun Sie? Sie leeren das Fass komplett aus und füllen es wieder mit frischem Quellwasser. Wenn Sie jetzt dafür sorgen, dass das Wasser in Bewegung bleibt und Sie immer wieder Sauerstoff zufügen, dann haben Sie nachhaltig gearbeitet.

Das hier sind nur wenige Auszüge von Aussagen und Fragen. Vielmehr ist dies der Start, regelmäßig Themen anzusprechen, bei denen man sich als Unternehmer im Handwerk wiederfindet.

Wollen wir an der Breite des Tages arbeiten. An der Länge können wir schlicht nichts ändern.

Viel Freude bei der Arbeit!

Bettina Luik-Braunstein



festgelegt. Den direkten Einblick hat sie jedoch in das Stuckateurhandwerk: Ihr Mann ist selbstständiger Stuckateurmeister und so steht auch sie mitten im täglichen Handwerker-Alltag.

@ www.image-im-handwerk.de

SONDERDRUCKE

Von allen Fachartikeln aus unserer Zeitschrift

ausbau+fassade

bieten wir Ihnen auch Sonderdrucke an.

Diese eignen sich hervorragend zur **Imagebildung** bei Ihren Kunden und Geschäftspartnern.

Ihre Ansprechpartnerin ist

Ilona Hagmeier

Telefon 073 31/9 30-1 19

Fax 073 31/9 30-1 91

E-Mail

hagmeier@maurer-online.de