NEUE WEGE GEHEN IN DER PERSONAL-SUCHE UND -BINDUNG

Unternehmen müssen um Fachkräfte balzen

KLAUS STEINSEIFER

Ohne Kunden-Image keine Kunden, ohne Mitarbeiter-Image keine Fachkräfte. Während in vielen Unternehmen das Kunden-Image gepflegt wurde, wurde es vernachlässigt, den Mitarbeiter zum Marken-Botschafter zu machen. Dabei ist es in Zeiten demografischen Wandels nur so auch künftig möglich, Fachkräfte zu finden.

Unternehmen, die vielversprechende Fachkräfte gewinnen wollen, müssen sich heute besonders schön rausputzen

Fachkräfte gesucht! Diesen Satz hört man überall. Man liest ihn in Zeitschriften und im Internet, dort vermehrt in sozialen Netzwerken, die sich immer mehr zum Tummelplatz für professionelle Personal-Vermittler entwickeln. Dies alles ist jedoch nicht geeignet, die für Sie richtigen Fachkräfte zu finden.

Ein Beispiel aus der jüngsten Ausgabe des *handwerk magazins*: Dort berichtet Winfried Fletschinger, Geschäftsleiter einer Bäckerei mit 800 Filialen, die 400 Bäcker- und Konditormeister, Fachverkäufer oder Bürokräfte ausbildet, er könne sich über Nachwuchs-Probleme nicht beklagen. Danach merkt er an: „Unser ältester Auszubildender ist 53 Jahre alt." Mit anderen Worten: Querdenken in der Personalsuche und -einstellung ist angesagt. Man muss Menschen ansprechen, an die man bisher noch gar nicht gedacht hat.

Auch Praktika für jene, die in einen Beruf hineinschnuppern wollen, um danach vielleicht offene Ausbildungs-Plätze zu besetzen, werden viel zu wenig umworben. Bisher wandten sich die Interessenten stets direkt an die Unternehmen. Hier steckt Potenzial – in der stärkeren Eigenwerbung, um vakante Lehrstellen zu besetzen.

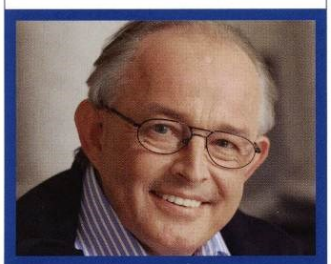
Der Weg, den ein Bau-Unternehmen geht, um zu einem optimalen Mix an Fachkräften unterschiedlicher Eignung im Arbeitseinsatz zu gelangen: Je nach Stärke und Erfahrung des Einzelnen werden altersgemischte Teams für bestimmte Aufgaben zusammengestellt. Mitarbeiter der Generation 50plus werden bei schwereren Tätigkeiten durch Nachwuchskräfte entlastet, die wiederum von der Fachkompetenz der Älteren profitieren. Auch Job-Sharing ist in diesem Unternehmen ein Thema: Zwei Mitarbeiter teilen sich einen Arbeitsplatz, womit Älteren die Möglichkeit geboten wird, ihre Stundenzahl zu reduzieren. Verwaltungs- und Büro-Personal kann, sofern dies gewünscht ist, die Arbeit von zu Hause aus erledigen. Der Umbruch im Fachkräfte-Markt ist also voll im Gange.

Dass wir heute angesichts des demografischen Wandels nur schwer Fachkräfte finden würden, das wussten wir schon vor 25 Jahren. Für diejenigen, die das verschlafen haben, ist es nun schon fast zu spät. Denn es kostet Zeit, viel Zeit, um das notwendige Mitarbeiter-Image aufzubauen und so die Personal-Ressourcen der Zukunft zu erschließen.

„Kunden-Image" lautete bislang das Schlagwort, das Mitarbeiter-Image dage-

© Steinseifer, Max Müller/Pixelio

Zum Autor



Der 1953 geborene Klaus Steinseifer war im Bankgeschäft tätig, ehe er 1979 eine handwerkliche Ausbildung begann. Später übernahm er den elterlichen Betrieb, vergrößerte ihn und integrierte ein weiteres Unternehmen. Seit 1989 werkt er als Seminarleiter und Referent für sein Qualifizierungs-Unternehmen Die Steinseifer-Seminare.

gen wurde sträflich vernachlässigt. Heute heißt Ihr Thema nicht mehr so sehr: „Der Kunde ist König", sondern: „Der Mitarbeiter ist unser Erfolgsfaktor". Es gilt, aus dem Unternehmen eine Arbeitgeber-Marke zu machen und dabei die bestehenden Mitarbeiter gleichsam als Marken-Botschafter einzusetzen. Daraus resultiert die vorrangige Chef-Aufgabe im Personal-Management: „Die richtigen Mitarbeiter finden und nachhaltig für das Unternehmen begeistern."

Der Aufbau eines Mitarbeiter-Images

Stellen Sie sich die richtigen Fragen, um das Unternehmen zur Arbeitgeber-Marke und den Mitarbeiter zum Marken-Botschafter zu entwickeln:

- Wie gestalte ich mein künftiges Personal-Management?
- Wie binde ich Fachkräfte langfristig an mein Unternehmen?
- Wie gewinne ich in Zukunft die wenigen erstklassigen Mitarbeiter für mein Unternehmen?
- Wie werde ich die neuen Mitarbeiter in meinem Unternehmen empfangen?

Wer sich diesen Fragen zuwendet, gelangt zu Wettbewerbs-Vorteilen im Fachkräfte-Markt dank eines positiven Mitarbeiter-Images:

- Sie finden neue Mitarbeiter.
- Sie binden Ihre Stamm-Belegschaft an das Unternehmen.
- Sie beziehen Ihre Mitarbeiter in die Fachkräfte-Gewinnung mit ein.
- Sie senken die Mitarbeiter-Fluktuation.
- Sie erhöhen die Attraktivität Ihres Unternehmens als Arbeitgeber.
- Sie schaffen materielle Sicherheit für Ihre Mitarbeiter.
- Sie geben Ihren Mitarbeitern die Möglichkeit zu individueller Lebensplanung. ○

„UNSER ÄLTESTER AUSZUBILDENDER IST 53 JAHRE ALT."

ein Bäckerei-Unternehmer

Mehr Attraktivität, mehr Fachkräfte

Fachkräfte-Mangel, gerade in mittelständischen Unternehmen, wächst sich zu einem ernsthaften Problem im neuen Jahrhundert aus. Trainer Klaus Steinseifer fordert daher richtig, neben dem Kunden- auch das Mitarbeiter-Image zu pflegen. Daneben gibt es einige bewährte Strategien, um bei potenziellen Bewerbern an Bekanntheit und Attraktivität zu gewinnen. Eine davon ist die Nachwuchs-Rekrutierung auf Jobmessen und ähnlichen Veranstaltungen. Denkbar sind auch Kooperationen mit Schulen. Vergessen werden sollte bei alledem nicht die Bindung und Gesunderhaltung der bereits beschäftigten Fachkräfte durch Fitness-Angebote oder betriebsärztliche Versorgung sowie die Nutzung der Potenziale älterer Arbeitnehmer.

elektro JOURNAL Österreich im März 2012 | 2

Bauelemente BAU im April 2012

boden wand decke

Zukunftsforum roomy 2012

Rund 300 Teilnehmer ziehen begeistertes Fazit

Thomas Strunz und Magdalena Neuner kamen als Stars zum Anfassen. Packende Vorträge und praxisnahe Workshops inspirierten bodenlegende Handwerker. Mohawk, Landegger und Fließen Schweizer gewinnen den roomy award 2012.

Man kann jetzt die buchstäbliche Stecknadel fallen hören. Ja, es habe den Moment gegeben, wo er nicht mehr wusste, wie es in seinem Leben weiter gehen soll. Gebannt starren die rund 300 Gäste auf Ex-Bayern-Star und Fußballexperte Thomas Strunz. „Das legendäre Interview mit Giovanni Trappatoni hat mich zum Fußballdeppen der Nation gemacht." Als sein Kollege Effenberg ihm dann noch medienwirksam die Frau ausgespannt hatte, fiel Thomas Strunz auch privat in ein tiefes Loch.

Dass Strunz auf der Bühne heute so schonungslos offen über sein eigenes Schicksal reden kann, verdankt er vor allem auch seinem mentalen Trainer Holger Fischer. Fischer, dem sich Spitzensportler, Showgrößen und Unternehmer anvertrauen, wenn das eigene Leben aus der Balance geraten ist, bringt Strunz auf dem Zukunftsforum roomy nicht nur dazu, Einblicke in sein Seelenleben zu gestatten. Er lässt ihn auch erzählen, wie es ihm gelungen ist, nachdem das Leben aus den Fugen geraten ist, einen Neuanfang zu starten und den Akku wieder aufzuladen. Die Rückbesinnung auf sich selbst spielte dabei eine wesentliche Rolle.

Nerv der Zeit getroffen

„Ab morgen zähl ich! Job Familie, Gesundheit im Lot" war denn auch das übergreifende Motto des Zukunftsforum 2012, das am 20. April in München stattfand. So mancher anwesende Handwerksunternehmer hat sich bei den Vorträgen zum Thema an die eigene Nase gefasst und sich im Hamsterrad wiedererkannt. Baustellenstress, fordernde Kunden, dazwischen kaum Zeit für Frau und Kinder, zu wenig Sport, ungesunde Ernährung… . Beruf, Freizeit und Familie unter einen Hut bringen aber auch Lebenskrisen bewältigen, das sind Herausforderungen, denen sich heutzutage vor allem immer mehr kleinere und mittelständische Unternehmer vermehrt gegenüber sehen. „Das Motto trifft den Nerv der Zeit", sagt roomy-Teilnehmer Georg Mayrhofer.

Hier gehts zur Bildergalerie 1

Möglichkeiten, dem Burnout vorzubeugen gibt es viele. Zeitdiebe und Stressfaktoren zu entlarven und vor allem im Arbeitsalltag Wichtiges von Unwichtigem zu unterscheiden sind nur einige Voraussetzungen für ein spannungsfreies Miteinander von Familie und Beruf. Einen Leitfaden dazu gab auf dem „roomy" der bekannte Handwerker-Trainer Klaus Steinseifer. Sein Workshop „Baustellen-Stress und trotzdem bei der Familie" lieferte jede Menge praktische Tipps für den Alltag.

Die innere Stimme

Mehr als nur ein Tipp, ja fraglos eine Voraussetzung für erfolgreiche Stressbewältigung ist die persönliche Fitness. Damit kommen wir zu den unbequemen Wahrheiten, mit denen die Teilnehmer des Zukunftsforum roomy von Sportwissenschaftler und achtfachen Ironman-Finisher Slatco Sterzenbach konfrontiert wurden. Regelmäßig Sport und eine gesunde Ernährung sind das A und O persönlichen Wohlbefindens. Jeder weiß, dass hier Anspruch und Wirklichkeit häufig weit auseinanderklaffen. Nach Sterzenbachs fulminantem Vortrag stehen die Chancen zumindest nicht schlecht, dass der eine oder andre Zuhörer künftig mehr auf seinen Körper hört.

Hier geht's zur Bildergalerie 2

Top-Noten verdienten sich aber auch die weiteren Referenten auf dem Zukunftsforum roomy. Allen voran Dr. Wolfgang Setzler, der in einem brillanten Vortrag zum Thema „Die Marke bin ich" praxiserprobte Rezepte zur Markenführung im Baustellenalltag bot. Setzler kaufte man dabei von Beginn an ab, dass er nicht zum Heer jener Vortragenden zählt, die ein abstraktes Referat zum Thema Marketing aus der Schublade ziehen. Setzler, ursprünglich Malermeister, führt ein Institut für Absatzforschung und ist seit Jahren nicht zuletzt mit dem „Qualitätsverbund Fussboden" fest in der Fußbodenbranche verankert. Auch mit dieser Nähe zur Branche begeisterte er das Publikum.

Vorträge für Baustellentechniker

Für die „technische Abrundung" des diesjährigen Zukunftsforums sorgten auf hohem Niveau Richard Kille und Hans Joachim Rolof. Kille, Geschäftsführer der IFR-Sachverständigenbürogesellschaft widmete sich dem brandaktuellen Thema „Licht und Schatten bei Designbelägen". Dass der Mann zu seiner fachlichen Kompetenz über enorme Entertainerqualitäten verfügt, kam auch diesmal zum Ausdruck. Höchst amüsant ließ er das gewandelte Wohnverhalten und die sich damit geänderten Ansprüche der Deutschen an das optische Erscheinungsbild eines PVC-Bodenbelages im Laufe der letzten Jahrzehnte Revue passieren.

Ein Thema, dass technische Kompetenz mit ästhetischem Anspruch verbindet, sind dekorative Sichtestriche. Bei diesem Thema war Hans-Joachim Rolof in seinem Element. Der Sachverständige und geschäftsführende Gesellschafter des iba-Instituts verstand es auch diesmal, Schäden an Estrichen und Designböden gründlich auf die Spur zu gehen. Dabei wurde schnell klar, in welchen Fällen eine fehlerhafte Planung oder eine mangelhafte Werkleistung ursächlich war.

And the winner is…

Höhepunkt des Zukunftsforum roomy 2012 war zweifelsohne die Verleihung des roomy-award in den Kategorien, Gold, Silber und Bronze (mehr erfahren Sie im Extrablatt, gleich unten downloaden).

roomy 2012 Extrablatt (PDF, 4005 KB)

Aus den Händen von Biathlon-Star Magdalena Neuner erhielten die Firmen Mohawk, Landegger und Fließen Schweizer in diesem Jahr den begehrten Branchenpreis. Auf der Bühne im Münchener Hacker-Pschorr würdigten die Laudatoren Joachim Barth, Bundesinnungsmeister im Zentralverband Parkett Fußbodentechnik, Christina Engelhardt, Geschäftsführerin des gleichnamigen Münchener Großhandelshauses und Vorstandsmitglied im Bundesverband Großhandel Heim & Farbe, sowie Roland Simmer, Geschäftsführer der Österreichischen Verbundgruppe Besko die Leistungen der Preisträger.

Zünftig und bodenständig feierten die Teilnehmer anschließend bei bayerischen Spezialitäten bis weit nach Mitternacht die legendäre Get-Together Party. Und wer dann noch Kondition hatte, konnte mit Thomas Strunz an der Bar im Tagungshotel Dolce bis zum frühen Morgen über die Bundesliga fachsimpeln.

Sympathisch, charmant und lässig moderiert wurde der Branchenevent in diesem Jahr übrigens erstmalig von Nils Bäumer. Bäumer ist bekannt für seine Kreativitätstechniken die er seit über zehn Jahren an namhafte Kunden aus der Industrie zur Ideenfindung weitergibt.

Tolles Fazit

Vom „besten roomy aller Zeiten" war am Ende die Rede. Das wird jeder für sich entscheiden müssen. Als sicheres Fazit kann aber gesagt werden. Das neue Konzept „eintägige Veranstaltung, noch mehr handwerksnahe Themen und eine zünftig-bodenständige Partylocation" kamen rundum super an.

Das nächste Zukunftsforum roomy findet 2014 statt.

Stefan Heinze

boden-wand-decke.de im April 2012

SERVICE

DER KOMMENTAR

Keine Leckerli für Mitarbeiter!

Das Wort „Prämienlohn" treibt mir die Zornesröte ins Gesicht. Weil man den Mitarbeiter/-innen misstraut, werden in den Unternehmen interne Anreize geschaffen, anstatt die Menschen ordentlich zu bezahlen und die Dinge, für die es ein „Leckerli" gibt als Grundvoraussetzung in einer guten Zusammenarbeit anzusehen.

Den Begriff „Leckerli" habe ich aus der Hundeerziehung entnommen und es ist ein sehr guter Vergleich mit dem Prämienlohnsystem. Die professionellen Hundeausbilder haben immer die Tasche mit Leckerli am Gürtel, um die gut ausgeführten Kommandos bei ihren Hunden sofort zu belohnen (Hund macht Platz = Leckerli, Hund macht Sitz = Leckerli etc.).

Komisch, es gibt doch tatsächlich Hunde, die die Kommandos auch ohne die Belohnung „Leckerli" ausführen. Ich selbst hatte auch einmal eine tolle Boxerhündin, die ich geliebt, manchmal verwöhnt, gut erzogen, gelobt und, wenn es erforderlich war, geschimpft habe. Sie hörte auf jedes Kommando, weil ich ihr wichtig war und sie wusste, dass es ihr bei mir sehr gut ging. Ich war der Chef, die Bezugsperson in ihrem Leben und zuständig für ihre Motivation, durch Zuneigung, Lob und Anerkennung.

Verzeihen Sie mir diesen direkten, aber sinnvollen Vergleich eines Präminenlohnsystems. Wenn Sie so etwas im Betrieb haben, schaffen Sie es ab. Schenken Sie Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern das Vertrauen, das ihnen gebührt und setzen Sie Dinge auch ohne „Leckerli" in der gemeinsamen Zusammenarbeit voraus.

Motivieren Sie Ihre Mitarbeiter sinnvoll und zum richtigen Zeitpunkt. Ein Lob ist oft viel mehr wert als ein „Leckerli". Ein Lob macht aber nur dann wirklich Sinn, wenn auch die Bezahlung stimmt. Im letzten Seminar sagte ein Teilnehmer zu mir, er habe sich bei seinem Mitarbeiter für die tolle Arbeit bedankt, da bekam er als Antwort: „Chef ich war mit einer Tüte voller ‚Dankeschöns' im Aldi, hab' dort aber nichts dafür bekommen!"

Stimmt hier die grundsätzliche Bezahlung oder was ist sonst noch so im Argen in der Firma?

Prämienlohnsysteme schaffen Misstrauen unter den Mitarbeitern, denn die eine Gruppe hat immer die guten Baustellen, bei denen es Prämien gibt, und die anderen gehen eh immer leer aus. Die Missstimmung ist vorprogrammiert; der toll geplante Motivationsschuss des Prämienlohnsystems geht nach hinten los und entwickelt sich zum selbstlaufenden Demotivationsmotor.

Wollen Sie Ihren Mitarbeitern etwas Gutes tun, sorgen Sie für echte Anreize, von denen alle etwas haben: Denken Sie über eine Gewinnbeteiligung nach. Da gibt es viele funktionierende Systeme, die nicht auf Misstrauen gründen und Ihre Mitarbeiter motivieren mitzumachen.

KLAUS STEINSEIFER

Der gelernte Bankkaufmann, Maler- und Lackierermeister, Seminarleiter ist heute als Referent, Berater, Seminarleiter für das Handwerk aktiv. In seinen Seminaren für mittelständische Unternehmer zeigt er Wege in die zukunftsorientierte, nachhaltige und erfolgreiche Unternehmensführung auf.

www.steinseifer.com

Glaswelt im April 2012

Zukunftsforum roomy 2012 Rund 300 Teilnehmer ziehen begeistertes Fazit

Den Nerv der Zeit getroffen

Thomas Strunz und Magdalena Neuner kamen als Stars zum Anfassen. Packende Vorträge und praxisnahe Workshops inspirierten bodenlegende Handwerker. Mohawk, Landegger und Fließen Schweizer gewinnen den roomy award 2012.

Man kann jetzt die buchstäbliche Stecknadel fallen hören. Ja, es habe den Moment gegeben, wo er nicht mehr wusste, wie es in seinem Leben weitergehen soll. Gebannt starren die rund 300 Gäste auf Ex-Bayern-Star und Fußballexperte Thomas Strunz. „Das legendäre Interview mit Giovanni Trapattoni hat mich zum Fußballdeppen der Nation gemacht." Als sein Kollege Effenberg ihm dann noch medienwirksam die Frau ausgespannt hatte, fiel Thomas Strunz auch privat in ein tiefes Loch.

Dass Strunz auf der Bühne heute so schonungslos offen über sein eigenes Schicksal reden kann, verdankt er vor allem auch seinem mentalen Trainer Holger Fischer. Fischer, dem sich Spitzensportler, Showgrößen und Unternehmer anvertrauen, wenn das eigene Leben aus der Balance geraten ist, bringt Strunz auf dem Zukunftsforum roomy nicht nur dazu, Einblicke in sein Seelenleben zu gestatten. Er lässt ihn auch erzählen, wie es ihm gelungen ist, einen Neuanfang zu starten und den Akku wieder aufzuladen. Die Rückbesinnung auf sich selbst spielte dabei eine wesentliche Rolle.

Praktische Tipps

„Ab morgen zähl ich! Job, Familie, Gesundheit im Lot" war denn auch das übergreifende Motto des Zukunftsforum 2012, das am 20. April in München stattfand. So mancher anwesende Hand-

Bilder: bbb, bwd

Boden Wand Decke im Juni 2012 | 1

werksunternehmer hat sich bei den Vorträgen zum Thema an die eigene Nase gefasst und sich im Hamsterrad wiedererkannt. Baustellenstress, fordernde Kunden, dazwischen kaum Zeit für Frau und Kinder, zu wenig Sport, ungesunde Ernährung – Beruf, Freizeit und Familie unter einen Hut bringen, aber auch Lebenskrisen bewältigen, das sind Herausforderungen, denen sich heutzutage vor allem immer mehr kleinere und mittelständische Unternehmer vermehrt gegenübersehen. „Das Motto trifft den Nerv der Zeit", sagt roomy-Teilnehmer Georg Mayrhofer. Möglichkeiten, dem Burnout vorzubeugen, gibt es viele. Zeitdiebe und Stressfaktoren zu entlarven und vor allem im Arbeitsalltag Wichtiges von Unwichtigem zu unterscheiden sind nur einige Voraussetzungen für ein spannungsfreies Miteinander von Familie und Beruf. Einen Leitfaden dazu gab auf dem roomy der bekannte Handwerker-Trainer Klaus Steinseifer. Sein Workshop „Baustellen-Stress und trotzdem bei der Familie" lieferte jede Menge praktische Tipps für den Alltag.

Die innere Stimme

Mehr als nur ein Tipp, ja fraglos eine Voraussetzung für erfolgreiche Stressbewältigung ist die persönliche Fitness. Damit kommen wir zu den unbequemen Wahrheiten, mit denen die Teilnehmer des Zukunftsforums roomy von Sportwissenschaftler und achtfachem Ironman-Finisher Slatco Sterzenbach konfrontiert wurden. Regelmäßig Sport und eine gesunde Ernährung sind das A und O persönlichen Wohlbefindens.

Jeder weiß, dass hier Anspruch und Wirklichkeit häufig weit auseinanderklaffen. Nach Sterzenbachs fulminantem Vortrag stehen die Chancen zumindest nicht schlecht, dass der eine oder andere Zuhörer künftig mehr auf seinen Körper hört.

Top-Noten verdienten sich aber auch die weiteren Referenten auf dem Zukunftsforum roomy. Allen voran Dr. Wolfgang Setzler, der in einem brillanten Vortrag zum Thema „Die Marke bin ich" praxiserprobte Rezepte zur Markenführung im Baustellenalltag bot. Setzler kaufte man dabei von Beginn an ab, dass er nicht zum Heer jener Vortragenden zählt, die ein abstraktes Referat zum Thema Marketing aus der Schublade ziehen. Setzler, ursprünglich Malermeister, führt ein Institut für Absatzforschung und ist seit Jahren nicht zuletzt mit dem „Qualitätsverbund Fußboden" fest in der Fußbodenbranche verankert. Auch mit dieser Nähe zur Branche begeisterte er das Publikum.

Für die „technische Abrundung" des diesjährigen Zukunftsforums sorgten auf hohem Niveau Richard Kille und Hans-Joachim Rolof. Kille, Geschäftsführer der IFR-Sachverständigenbürogesellschaft, widmete sich dem brandaktuellen Thema

Boden Wand Decke im Juni 2012 | 2

„Licht und Schatten bei Designbelägen". Dass der Mann zu seiner fachlichen Kompetenz über enorme Entertainerqualitäten verfügt, kam auch diesmal zum Ausdruck. Höchst amüsant ließ Kille das gewandelte Wohnverhalten und die sich damit geänderten Ansprüche der Deutschen an das optische Erscheinungsbild eines PVC-Bodenbelages im Laufe der letzten Jahrzehnte Revue passieren.

Ein Thema, das technische Kompetenz mit ästhetischem Anspruch verbindet, sind dekorative Sichtestriche. Bei diesem Thema war Hans-Joachim Rolof in seinem Element. Der Sachverständige und geschäftsführende Gesellschafter des iba-Instituts verstand es auch diesmal, Schäden an Estrichen und Designböden gründlich auf die Spur zu gehen. Dabei wurde schnell klar, in welchen Fällen eine fehlerhafte Planung oder eine mangelhafte Werkleistung ursächlich war. Schichtestriche sind eben eine Herausforderung.

And the Winner is ...

Höhepunkt des Zukunftsforums roomy 2012 war zweifelsohne die Verleihung des roomy-awards in den Kategorien Gold, Silber und Bronze (siehe Download im Kasten oben). Aus den Händen von Biathlon-Star Magdalena Neuner erhielten die Firmen Mohawk, Landegger und Fließen Schwei-

www.boden-wand-decke.de

Den Film zum roomy 2012
bwd hat für Sie in München die Höhepunkte des Branchentreffs festgehalten.

Bild: Hermann

Bilder: Uln, bwd

Boden Wand Decke im Juni 2012 | 3

zer in diesem Jahr den begehrten Branchenpreis. Auf der Bühne im Müchener Hacker-Pschorr würdigten die Laudatoren Joachim Barth, Bundesinnungsmeister im Zentralverband Parkett und Fußbodentechnik, Christina Engelhardt, Geschäftsführerin des gleichnamigen Münchener Großhandelshauses und Vorstandsmitglied im Bundesverband Großhandel Heim & Farbe, sowie Roland Simmer, Geschäftsführer der österreichischen Verbundgruppe Besko, die Leistungen der Preisträger. Zünftig und bodenständig feierten die Teilnehmer anschließend bei bayerischen Spezialitäten bis weit nach Mitternacht die legendäre Get-together-Party. Und wer dann noch Kondition hatte, konnte mit Thomas Strunz an der Bar im Tagungshotel Dolce bis zum frühen Morgen über die Bundesliga fachsimpeln.

Sympathisch, charmant und lässig moderiert wurde der Branchenevent in diesem Jahr übrigens erstmalig von Nils Bäumer. Bäumer ist bekannt für seine Kreativitätstechniken, die er seit über zehn Jahren an namhafte Kunden aus der Industrie zur Ideenfindung weitergibt.

Vom „besten roomy aller Zeiten" war am Ende die Rede. Das wird jeder für sich entscheiden müssen. Als sicheres Fazit kann aber gesagt werden: Das neue Konzept „eintägige Veranstaltung, noch mehr handwerkernahe Themen und eine zünftig-bodenständige Partylocation" kamen rundum super an. Das nächste Zukunftsforum roomy findet 2014 statt.

Stefan Heinze

stefan.heinze@holzmann-medien.de

Boden Wand Decke im Juni 2012 | 4

Gastkommentar

„Schluss mit den Prämien"

Gehälter Statt willkürlich „Leckerli" zu verteilen, sollten Chefs ihre Mitarbeiter lieber besser bezahlen – und auch mal loben.

Text **Klaus Steinseifer**

→ Vita

Klaus Steinseifer hat nach Banklehre und Meisterprüfung erfolgreich den elterlichen Malerbetrieb geführt. Seit 20 Jahren ist der „Praktiker mit Handwerks-Leidenschaft" als Coach und Berater tätig.

Wenn Unternehmer die Erfüllung der einfachsten Aufgaben mit Prämien belohnen, treibt mir das die Zornesröte ins Gesicht. Denn dahinter steckt nichts anderes als pures Misstrauen. Der Chef traut nämlich seinen Leuten einfach nicht zu, dass sie eigenverantwortlich ihre Aufgaben erledigen. Anstatt die Menschen für die Grundvoraussetzungen einer guten Zusammenarbeit ordentlich zu bezahlen, werden, als Ausgleich der fehlenden Führungs- und Motivationsqualitäten, die zusätzlichen „Leckerlis" für Alles und Jedes etabliert.

Den Begriff „Leckerli" habe ich aus der Hundeerziehung übernommen, denn es ist ein sehr guter Vergleich mit dem Prämienlohnsystem. Die professionellen Hundeausbilder haben immer die Tasche mit Leckerli am Gürtel, um die gut ausgeführten Kommandos bei ihren Hunden sofort zu belohnen. Komisch, es gibt doch tatsächlich Hunde, die die Kommandos auch ohne die Belohnung „Leckerli" ausführen. Ich selbst hatte auch einmal eine Boxerhündin, die ich geliebt, manchmal verwöhnt, gut erzogen, gelobt und, wenn es erforderlich war, geschimpft habe. Sie hörte auf jedes Kommando, weil ich ihr wichtig war und sie wusste, dass es ihr bei mir sehr gut ging. Ich war der Chef, die Bezugsperson in ihrem Leben und zuständig für ihre Motivation.

Verzeihen Sie mir diesen direkten, aber sinnvollen Vergleich. Schaffen Sie den Prämienlohn ab, schenken Sie Ihren Mitarbeitern das Vertrauen, das ihnen gebührt – und setzen Sie grundsätzliche Dinge auch ohne „Leckerli" in der Zusammenarbeit voraus. Motivieren Sie Ihre Mitarbeiter sinnvoll und zum richtigen Zeitpunkt. Ein Lob ist oft viel mehr wert als ein „Leckerli". Ein Lob macht aber nur dann wirklich Sinn, wenn auch die Bezahlung stimmt.

In einer Seminarveranstaltung sagte der Chef eines Handwerksunternehmens einmal zu mir: „Als ich mich bei einem Mitarbeiter für die tolle Arbeit bedankte, bekam ich zur Antwort, dass er vorige Woche mit einer Tüte voller „Dankeschöns" im Supermarkt gewesen sei, dort aber nichts dafür bekommen hätte!" Na, stimmt hier die grundsätzliche Bezahlung oder was ist sonst noch so im Argen in diesem Unternehmen?

„Prämien sorgen immer für Missstimmung im Team"

Prämienlohnsysteme schaffen Misstrauen unter den Mitarbeitern, denn die eine Gruppe hat sowieso immer die guten Baustellen, bei denen es Prämien gibt, und die anderen gehen eh immer leer aus. Die Missstimmung ist vorprogrammiert, der toll geplante Motivationsschuss des Prämienlohnsystems geht nach hinten los und entwickelt sich zum selbstlaufenden Demotivationsmotor.

Mein Rat: Sorgen Sie für einen echten Anreiz, von dem alle etwas haben, und denken Sie über eine Gewinnbeteiligung nach. Da gibt es viele funktionierende Systeme, die nicht auf Misstrauen gründen und für Ihre Mitarbeiter eine wirkliche Anerkennung darstellen. ■

kerstin.meier@handwerk-magazin.de

Online exklusiv

Eine Tabelle mit den Vor- und Nachteilen einzelner Lohnformen finden Sie unter **handwerk-magazin.de/06_2012**

Tabelle Lohnformen

handwerk magazin im Juni 2012

Tabuwörter und Tabusätze

Die verbalen Kundenkiller

Stellen Sie sich folgende Situation vor: Sie bringen Ihr Auto in Ihre Vertragswerkstatt, um es von den Winterreifen befreien zu lassen. Ihre Reifen werden standardmäßig dort eingelagert. Unterschiedliche Schrauben stehen für Sommer- und Winterreifen zur Verfügung. Was dann folgt, ist das Kundenkillergespräch am frühen Morgen – das so ähnlich auch beim Hörgeräteakustiker ablaufen kann.

(Foto: fotoqestoeber/fotolia.com)

Der Chef des Autohauses stellt Ihnen die überraschende Frage: »Haben Sie die Schrauben für die Sommerreifen im Kofferraum?« Sie antworten ganz perplex: »Nein, die sind, wie meine Reifen, bei Ihnen eingelagert!«

Daraufhin der Chef des Autohauses mit böser Miene und dem Kundenkillersatz: »Das kann überhaupt nicht sein!«

Ein Blick in den Kofferraum ergibt dann natürlich, dass die Schrauben dort, wie bereits richtig angegeben, nicht vorhanden sind. Schließlich kennt man ja den Inhalt des eigenen Kofferraums. Und schon wieder überlegt man sich als Kunde, ob man bei diesem Unternehmen richtig aufgehoben ist oder nicht in Zukunft lieber dort sein Geld ausgibt, wo man nicht am frühen Morgen schon verbal gekillt wird.

Deshalb will ich Ihnen für Ihren täglichen Umgang mit Ihren Kunden hier die wichtigsten Tabuwörter und Tabusätze aufschreiben:

Beispiele für Tabuwörter

- Baustelle
- Dreck
- Lärm
- Problem
- schwierig
- teuer
- unmöglich
- nie und niemals

Beispiele für Tabusätze

- Das kann überhaupt nicht sein!
- Das weiß ich nicht!
- Das ist nicht mein Gebiet!
- Das geht mich nichts an!
- Da habe ich nichts mit zu tun!
- Das ist Sache vom Chef!
- Das ist aber nicht meine Schuld!
- Da haben wir ein Problem!
- Jetzt haben wir ein Problem!
- Das ist ein Problem!
- Das ist aber nicht mein Problem!
- Das ist Ihr Problem!
- Das ist schwierig!
- Ich weiß nicht, wann es bei Ihnen weitergeht, ich muss jetzt erst einmal …
- Das geht nicht!
- Das ist unmöglich!
- Das machen wir nie so!
- Das gibt es doch gar nicht!
- Das sehe ich aber ganz anders!
- Aber das ist doch ganz einfach!
- Das sehen Sie vollkommen falsch!
- Sie müssen doch zugeben, dass …
- Sie müssen schon entschuldigen …

Streichen Sie alle Tabuwörter, auch die, die Sie selbst schon über sich ergehen lassen mussten, aus Ihrem Wortschatz, damit Sie ihnen nicht irrtümlich und gedankenlos bei Ihren Kunden herausrutschen!

Klaus Steinseifer
Steinseifer-Seminare

Hörakustik im Juni 2012

color

HOME | AKTUELL | THEMA | MARKT | SERVICE | KONTAKT

www.wirtschaftsverlag.at | www.colorzeitung.at | HOME › AKTUELL › Work-Life-Balance im Handwerksunternehmer

16.07.2012

Work-Life-Balance im Handwerksunternehmen

Viele Unternehmer richten sich ständig und zu jeder Zeit nach den Anforderungen in ihrem Unternehmen. Dabei kommt Freizeit, Familienleben und Urlaub oft viel zu kurz.

Freizeit, Familienleben und Erholung kommt bei vielen Unternehmern oft zu kurz.

© iStock

„Zeit ist das kostbarste Gut, das Ihnen zur Verfügung steht", so Klaus Steinseifer, der in seinen Seminaren unter anderem den Einklang zwischen dem Berufs- und Privatleben thematisiert. Die meisten Unternehmer werden oft sieben Tage die Woche, rund um die Uhr von ihrem Betrieb gebraucht, auch in der Freizeit sind die Gedanken meist bei dem Unternehmen. Derartig sieht die Situation auch in den meisten Handwerksunternehmen aus. Hier kommt jedoch Freizeit, Familienleben und Erholung viel zu kurz.

„Die wirklich erfolgreichen Unternehmenskapitäne haben ihre Unternehmen nach ihren Lebensbedürfnissen ausgerichtet, gehen zielstrebig und geplant in ihre Zukunft, sind glücklich, zufrieden und erfolgreich dabei", erklärt Steinseifer. Ebenfalls wichtig ist, dass man außerhalb der Arbeit seine Freizeit, Familie, Urlaub und die Auszeiten genießt, die regelmäßig eingeplant werden sollten, um den körperlichen Akku wieder aufzuladen und um den Kopf für neue Ideen freimachen zu können.

colorzeitung.at im Juli 2012

e·on

on business

Energiemagazin für Geschäftskunden

Lernen

Sie Ihr Unternehmen kennen

SEMINAR

Eine Analyse sorgt oft für Überraschungen

Klaus Steinseifer weiß, worauf es in mittelständischen Unternehmen ankommt. Der gelernte Bankkaufmann und Maler- und Lackiermeister hilft Ihnen, im Markt erfolgreich herauszustechen. Und zwar mithilfe eigener Ressourcen - und einem UnternehmensCheck. Im Check und in Praxisseminaren lehrt Steinseifer zusammen mit einem Team aus verschiedenen Experten Basiswissen für zukunftsorientierte, professionelle Unternehmensführung.

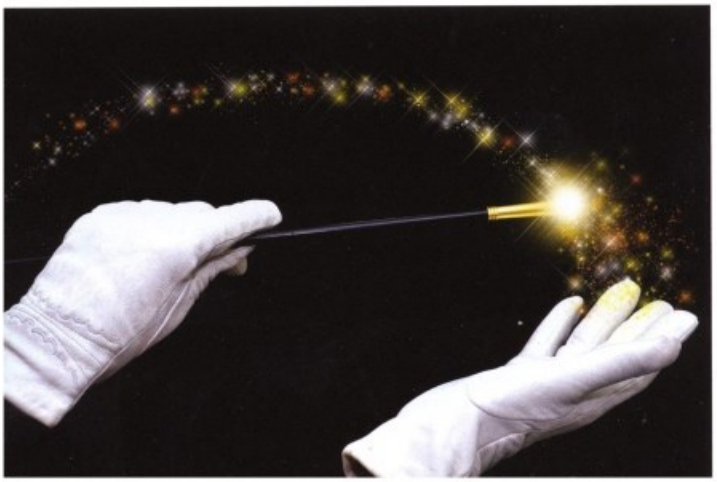
Um bereits im Vorfeld Stärken und Schwächen Ihres Betriebes festzustellen, können Sie unter www.steinseifer.com/unternehmenscheck einen Fragebogen inklusive anschließender Auswertung kostenlos anfordern. Daraufhin erfolgt die Detailanalyse. Das bedeutet, Steinseifer überprüft gemeinsam mit Ihnen vor Ort Abläufe der Zeit- und Zielplanung sowie das Controlling in Ihrem Unternehmen. Zur Detailanalyse gehört auch die Untersuchung von Kompetenz und Motivation Ihrer Mitarbeiter, ebenso das Aufzeigen von Möglichkeiten zur Weiterbildung und Motivationsförderung. Schließlich wird die Außenwahrnehmung Ihrer Firma in den Fokus gerückt: Ist beispielsweise Ihr Firmenlogo repräsentabel? Wie wird Ihr Unternehmen in der Öffentlichkeit wahrgenommen? Wo können Sie eventuell Kundenbetreuung und -akquise noch verbessern? Wenn Sie also mehr über die Stärken Ihres Betriebes wissen und diese ausbauen möchten, Ihre Unternehmensplanung optimieren und Aufgabenstellungen bearbeiten und in Erfolg umwandeln können wollen - dann holen Sie sich den Experten in den Betrieb. Wir verlosen einen UnternehmensCheck von Klaus Steinseifer. Die Teilnahme erfolgt über die beigelegte Faxantwort. Viel Erfolg!

e.on on business im Juli 2012

Kundengespräche am Telefon

Magische Sätze und die Erfolgskiller

Ein großer Teil der Gespräche mit Kunden erfolgt über das Telefon. Gerade wenn es darum geht, neue Kunden anzuwerben oder Stammkunden regelmäßig in den Laden einzuladen, ist das Mittel der Wahl oft das Telefonat – und das beginnt bereits, bevor Sie den Hörer in die Hand nehmen. Denn ein optimales Gespräch setzt eine gute Vorbereitung voraus. Im Folgenden erfahren Sie, wie Sie Telefonate zur akustischen Visitenkarte Ihres Unternehmens machen und welche verbalen Stolperfallen Sie dabei beachten sollten.



(Foto: iuziianya / fotolia.com)

Warum gehen Sie immer noch unvorbereitet in ein Gespräch, warum telefonieren Sie ohne jegliche Gesprächsvorbereitung? Die meisten Kunden werden im ersten Anlauf schon vor den Kopf gestoßen, weil keine Zeit dafür da ist, ein Gespräch zu durchdenken und mit Stichpunkten zum gewünschten Gesprächsverlauf und zu eventuellen Einwänden vorzubereiten. Verzichten Sie auf den Erfolgskiller durch unvorbereitete Gespräche und legen Sie sich Ihre Gesprächs-Checkliste an:

– *Wann rufe ich am besten bei meinem Gesprächspartner an?*
Notieren Sie sich die Uhrzeit in Ihrem Tagesplan!

– *Was soll das Ziel dieses Gespräches sein?*
Schreiben Sie sich Ihr gewünschtes Gesprächsziel auf! Gehen Sie das Gespräch unter diesem Gesichtspunkt gedanklich durch und machen Sie sich Ihre Notizen dazu!

– *Welche Einwände könnte mein Gesprächspartner aufführen?*
Schreiben Sie sich diese Einwände auf und finden Sie die richtigen Sätze für eine Erwiderung!

– *Muss ein Termin vereinbart werden?*
Stellen Sie drei Termine zur Verfügung, die Sie Ihrem Gesprächspartner vorschlagen können!

Wenn Sie sich an die Gesprächsvorbereitungsregeln halten, werden Sie feststellen, dass Ihre Gespräche effektiver und erfolgreicher für Sie verlaufen.

Und hier gebe ich Ihnen noch fünf magische Sätze mit auf den Weg, die Ihre Gesprächspartner gern hören:

– *Ich kümmere mich um Sie!*
– *Ich übernehme die volle Verantwortung dafür!*
– *Wir möchten den Auftrag von Ihnen bekommen!*
– *Danke, dass Sie an uns gedacht haben!*
– *Betrachten Sie es als erledigt!*

Im Folgenden finden Sie Beispiele für Aussagen, die Sie besser vermeiden sollten (☹) – und positive Alternativen dazu (☺):

☹ Ich weiß es nicht!
☺ Ich werde es für Sie herausfinden!

☹ Nein!
☺ Was ich für Sie tun kann, ist …

☹ Das gehört nicht zu meinen Aufgaben!
☺ Dieser Kollege kann Ihnen damit weiterhelfen!

☹ Das ist nicht meine Schuld!
☺ Wir wollen mal sehen, was wir da machen können!

☹ Sie wollen es wann haben?
☺ Ich werde mir die größte Mühe geben!

☹ Beruhigen Sie sich!
☺ Es tut mir leid!

☹ Ich habe jetzt keine Zeit!
☺ Ich bin gleich für Sie da!

☹ Bitte rufen Sie mich zurück!
☺ Ich rufe Sie zurück!

Ergänzen Sie Ihre magischen Sätze, mit denen Sie bei Ihren Gesprächspartnern schon gepunktet haben, auf Ihrer Gesprächsliste. Sie wissen ja, was man einmal aufgeschrieben hat, geht leichter ins Gedächtnis!

Klaus Steinseifer
Steinseifer-Seminare

Hörakustik im Oktober 2012

Verkaufen im Handwerk

Zwischenmenschlich verkaufen schafft volle Auftragsbücher!

Wenn vom Verkaufen im Handwerk die Rede ist, haben viele Unternehmer allein ihren Preis oder die Qualität ihres Produkts im Blick. Doch dahinter steckt viel mehr: Verkaufen heißt, dem Kunden zu helfen, in die richtige Lösung zu investieren. Und das ist »die« Chance für jeden Hörgeräteakustiker.

(Foto: Marius Graf/fotolia.com, Bäckerjunge/fotolia.com)

Die Voraussetzungen für ein erfolgreiches Verkaufsgespräch müssen Sie mitbringen. Die fachliche Kompetenz mit Ihrem Fach-, Produkt- und Systemwissen ist der kleinste Teil der Anforderungen im zwischenmenschlichen Verkauf.

Verkaufen ist die Darstellung der eigenen Person mit ihrer Auftrittskompetenz. Die ersten drei Sekunden entscheiden, ob Sie eine Chance auf den Auftrag haben oder nicht. Verkauf ist kein Wettkampf der Produkte oder Dienstleistungen, sondern zu 55 Prozent Erscheinungsbild, 38 Prozent Umgangsformen und nur sieben Prozent Wissen. Verkauf hat mit der subjektiven Wahrnehmung Ihrer Persönlichkeit zu tun. Sie verkaufen keine handwerkliche Dienstleistung, Sie verkaufen zunächst einmal sich selbst! Es bekommt derjenige den Auftrag beim Privatkunden, der passend und authentisch angezogen ist und dessen erster Auftritt zweifelsfrei ein Platzangebot auf dem weißen Designersofa des Kunden zur Folge hat. Da hilft Ihnen die noch so saubere Berufskleidung nicht, um diesen Platz zu ergattern.

Verkaufen ist die ständig offene Haltung Ihres Körpers

Verschließen Sie nichts an Ihrem Körper, verschränken Sie Ihre Arme nicht und legen Sie im Sitzen Ihre Beine nicht übereinander.

Verkaufen ist die Kunst der klaren, deutlichen und verständlichen Sprache

Reden Sie ohne Dialekt, damit der Kunde, der nicht aus Ihrer Region kommt, Sie auch versteht und benutzen Sie keine Fachwörter oder Ihr Fachchinesisch, mit dem der Kunde nichts anfangen kann. Sprechen Sie eine verständliche Sprache, die Ihr Kunde versteht.

Verkaufen ist der zwischenmenschliche Umgang mit Ihren Kunden

Hören Sie Ihrem Kunden genau zu und beobachten Sie die Geschehnisse mit allen Sinnen. Zeigen Sie Interesse und bringen Sie genügend Zeit für das Verkaufsgespräch mit. Lernen Sie, aus der Körpersprache die Bedürfnisse Ihres Kunden zu erkennen und gehen Sie darauf ein. Versuchen Sie niemals, den Kunden von Ihren Systemen zu überzeugen, wenn diese nicht seinen Vorstellungen entsprechen. Sie werden dabei als Verlierer aus dem Gespräch herausgehen.

Wenn Sie Lust auf Aufträge haben, verhalten Sie sich bitte richtig!

Kleidung: sauber, ordentlich, farblich passend

Haltung: aufrecht, selbstbewusst

Körpersprache: offen, Handreichung (Achtung: Nicht jeder reicht Ihnen die Hand!), lächeln. Nichts am Körper verschließen!

Blickkontakt: Augen auf Augenhöhe. Augen nicht über den Körper wandern lassen! Nicht mit den Augen beurteilen!

Aussprache: verständlich, deutlich, ruhig, sachlich, freundlich; stellen Sie offene Fragen!

Lernen Sie, sich selbst sowie Ihr Unternehmen darzustellen und ins rechte Licht zu rücken. Es ist ein Lernprozess der Selbstdarstellung, denn ihren Erfolg müssen Sie sich selbst gestalten und keiner wird Ihnen dabei helfen. Ihre Kunden werden anspruchsvoller, wollen sich mit ihrem Handwerker wohlfühlen und von ihm betreut werden. Der Markt für gutes, zwischenmenschliches Verkaufen ist für Sie bereit, wenn Sie die Regeln beachten!

Klaus Steinseifer
Steinseifer-Seminare

Hörakustik im November 2012

Um Ihr Unternehmen zukunftsfest zu machen, arbeiten Sie eine Strategie aus. Dabei hilft auch eine Betrachtung der Vergangenheit.

Foto: Gerd Altmann/Pixelio.de

So führen Sie Ihr Unternehmen in die Zukunft

Unternehmensstrategie: Wollen Sie Ihre Wettbewerber überholen? Dann gehen Sie strategisch und strukturiert vor. Schaffen Sie sich Ihre eigenen individuellen Strukturen und Strategiesysteme. Individuell heißt dabei, dass Sie nicht fremdbestimmt werden, sondern Ihr Unternehmen nach Ihren persönlichen Bedürfnissen und Lebensgewohnheiten ausrichten. Lesen Sie, wie das funktioniert.

Klaus Steinseifer

Die erste Frage die Sie sich stellen müssen ist: „Was will ich?" Erst wenn Sie diese Frage für sich selbst beantwortet haben, ist der Grundstein für Ihre neue Unternehmensstrategie gelegt. Sorgen Sie für die inneren und äußeren Unternehmenswerte in Ihrer neuen Strategie.

Ihre Erfolgsfaktoren der inneren Unternehmenswerte bestehen aus:

- Ihrer unternehmerischen Kompetenz, fachlich und persönlich;
- Ihrer Eigenmotivation, Ihrer Zielstrebigkeit und Ihrer Konsequenz;
- Ihrem Selbstmanagement, Ihrer strategischen Planung und Ihrer Zeiteinteilung;
- Ihrem Organisations- und Analysevermögen;
- Ihrer Selbstkritikfähigkeit, Ihrer Führungspersönlichkeit und Ihrem Vorbildverhalten;
- Ihrem Wissen, wie Sie Ihre handwerkliche Dienstleistung verkaufen;
- Ihrem Umgang mit Ihrer Familie und wie viel Zeit Sie dafür haben;
- Ihren Bankgesprächen, den Ergebnissen und den Folgen daraus;
- Ihren zielgerichteten Ideenumsetzungen;
- Ihrem Fehlermanagement, Ihren Veränderungswünschen und den daraus entstehenden Chancen;
- Ihrer Mitarbeitermotivation, mit den Motivationsmodellen und der Kompetenz Ihrer Mitarbeiter;
- Ihrem Anerkennungs- und Kritikverhalten und
- Ihrem Controlling.

Ihre Erfolgsfaktoren der äußeren Unternehmenswerte bestehen aus

- Ihrem stimmigen Unternehmensauftritt;
- Ihrem unschlagbarem positivem Ruf;

M&T metallhandwerk im November 2012 | 1

- Ihrem Empfehlungsfaktor bei Ihren Kunden und Ihren Referenzen;
- Ihrem Spezialisten-Image;
- Ihrem schlüssigen Marketingkonzept;
- Ihrer planmäßigen und strategischen Markterschließung;
- Ihrer Kundengewinnungsstrategie;
- Ihren Tricks den Wettbewerb zu besiegen und
- Ihrer Abschlusssicherheit.

Der Erfolg kommt mit Strategien und Strukturen auch in Ihr Unternehmen. Strategie und Struktur wird gepaart mit zehn Prozent Leistung, 50 Prozent Selbstdarstellung und 40 Prozent Kontakte und Beziehungen.

Georg Büttler, der Bürgermeister von Worms, hat in einem Brand-Eins-Interview im Jahr 2007 diesen Satz geprägt: „Transparenz ist für alles die Voraussetzung, was ich nicht sehe, kann ich nicht ändern!"

Schaffen Sie Transparenz

Schaffen Sie Transparenzen, schauen Sie sich Ihr Leben und Ihr Unternehmen einmal sehr kritisch an. Legen Sie die vielen Mängel, die sich über lange Jahre eingeschlichen und standardisiert haben, offen auf den Tisch. Mit „auf den Tisch legen" meine ich: Schreiben Sie alle Mängel auf ein Blatt Papier, damit Sie vor Ihren Augen transparent sind. Denn ein erkannter Mangel ist die große Chance für Sie.

Die konsequente Mangelerkennung und das Abstellen der Mängel gehört als erster und wichtigster Punkt in eine erfolgreiche Unternehmensstrategie. Achten Sie bei der Mangelbeseitigung auf eine klare Prioritätensetzung. Wichtiges hat Vorfahrt und muss zuerst erledigt werden. Was für Sie wichtig ist und Vorfahrt hat, ergibt sich aus Ihrer Fragenbeantwortung. „Was will ich?" Deshalb verlieren Sie niemals Ihre wichtigen Dinge aus den Augen.

Schaffen Sie sich Transparenz in Ihrer Zeitverwendung. Schreiben Sie sich auf, wie Sie Ihre Zeit verwenden und eliminieren Sie Ihre Zeitdiebe. Zeitdiebe können unnötige oder unwichtige Aufgaben sein. Zeitdiebe sind auch unordentliche Büros und Arbeitsplätze. Zeitdiebe sind aber meist Menschen, die Ihnen Ihre wertvolle Zeit stehlen. Stellen Sie sich diese Fragen: „Wie wichtig ist diese Person für mich, wichtig, weniger wichtig, unwichtig? Ist diese Person ein Zeitdieb, ja oder nein? Wie viel Zeit will ich in Zukunft für diesen Menschen aufwenden, mehr, gleich viel, weniger oder keine mehr? Ihre Strategie schafft Ihnen die Zeiträume, die Sie für Ihre wesentlichen Aufgaben benötigen. Sie konzentrieren sich auf das Wesentliche und behalten den Überblick. Ihre Strategien und Strukturen lassen Sie Mängel sofort erkennen und rechtzeitig gegensteuern. Zeitdiebe haben keine Chance mehr bei Ihnen, denn Sie wissen genau was Sie wollen.

Forumulieren Sie Ihre Ziele

Schreiben Sie sich Ihre Ziele auf. Was wollen Sie privat und unternehmerisch bis wann erreicht haben. Kleine Zwischenziele erleichtern das Erreichen großer Ziele. Besprechen Sie Ihre unternehmerischen Ziele mit Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Sorgen Sie mit einem Informations- und Kommunikationssystem für eine bessere Harmonie in Ihrem Unternehmen und an den Arbeitsplätzen. Ein ausgezeichnetes Betriebsklima, durch gute Information und Kommunikation, schafft die Möglichkeit Fehler dauerhaft abzustellen.

STRATEGIE-TIPP I

Arbeiten Sie diese Punkte ab

Ihre wichtigsten Strategiepunkte für eine nachhaltige Unternehmens-Strategie:

- Klären Sie für sich die Frage: „Was will Ich?"
- Machen Sie Mängel transparent und stellen Sie sie ab.
- Erkennen Sie Zeitdiebe und schalten Sie sie aus.
- Planen Sie eine zielorientierte Verwendung Ihrer Zeit mit der Zeit- und Zielplanung.
- Beziehen Sie Ihre Mitarbeiter ein.

STRATEGIE-TIPP II

Nutzen Sie den Unternehmensturm

Die Anlage einer Wissensdatenbank und einer Ideensammlung zum Thema „Strategische Unternehmensführung" hilft Ihnen bei der Übersicht. Der Unternehmensturm der Steinseifer-Seminare bietet Ihnen dafür die notwendigen Überschriften.

Der Unternehmensturm®

Grafik: Steinseifer

Autor

Klaus Steinseifer war Bankkaufmann und danach Maler- und Lackierermeister. Er ist erfolgreicher Existenzgründer und Unternehmer im Handwerk. 1989 startete sein Qualifizierungsunternehmen im Handwerk „Die Steinseifer-Seminare". Heute ist er als Dozent, Berater, Moderator und Trainer im Handwerk für nachhaltigen unternehmerischen Erfolg zuständig.

Kontakt zum Autor

Sie benötigen strategische Unternehmens-Beratung oder interessieren sich als Unternehmer für ein Seminar zum Thema? Kontaktieren Sie den Autor dieses Beitrags: klaus.steinseifer@steinseifer.com

Schlagworte für die Online-Recherche auf **www.mt-metallhandwerk.de:**

Betriebsführung, Metallhandwerk.

M&T metallhandwerk im November 2012 | 2

DOWNLOAD-TIPP

Exklusiv für M&T-Leser: Nutzen Sie die Checkliste

Eine Checkliste für die Einführung Ihrer neuen Strategien und Strukturen in Ihrem Unternehmen steht Ihnen als Leser von M&T-Metallhandwerk exklusiv unter www.steinseifer.com/downloads/metallhandwerk zur Verfügung. Benutzen Sie dafür bitte dieses Login: *Benutzer: m+t / Kennwort: 2012*

Eine ausgezeichnete Arbeitsstimmung in Ihrem Unternehmen sorgt für Höchstleistungen. Jeder kennt seine Aufgaben. Geeignete Mitarbeiter finden sich schnell und können sicher ausgewählt werden. Nutzen Sie dafür Ihre schriftlichen Strategiepläne und Ihre neuen Strukturen. Binden Sie Ihre informierten Mitarbeiter in die Mitarbeitergewinnung mit ein und schaffen Sie sich eine Arbeitgebermarke im Markt.

Durch unmissverständliche Prioritäten in den vereinbarten Zielen gibt es eine klare Ordnung in den Arbeitsabläufen in Ihrem Unternehmen. Prioritätensetzung ist das A und O einer erfolgreichen Unternehmensführung. Wichtiges hat damit immer Vorfahrt.

Fördern Sie Kommunikation

Kommunikation im Unternehmen ist das Ventil für den Abbau von Spannungen und Frustrationen. Kommunikation ist zugleich die unerschöpfliche Innovationsquelle in Ihrem Unternehmen. Wenn Sie in Zukunft mit Ihren strategischen Planungsmitteln arbeiten, werden Sie bald sagen, dass Sie Ihre Ziele erreicht haben und der Erfolg nicht mehr zufällig, sondern geplant entstanden ist. Denn die Planung ist der Bodensatz des Glücks.

Denken Sie auch an die Anlage einer Wissensdatenbank und einer Ideensammlung zum Thema „Strategische Unternehmensführung". Der Unternehmensturm (siehe Kasten „Strategie-Tipp II") der Steinseifer-Seminare bietet Ihnen dafür die notwendigen Überschriften.

Fazit: Kennen Sie die Kriterien

Ihre strategische Vorgehensweise macht Sie fit für Ihre Zukunft, weil Sie die Kriterien für Ihren Erfolg kennen und vorausschauend planen. Sie verbessern Ihre Lebensqualität, weil Sie wissen, was Sie wollen und damit auch genau wissen, was Sie nicht mehr wollen. Sie schaffen sich mehr Freiräume für sich selbst und Ihre Familie und kümmern sich um das Wesentliche in Ihrem Unternehmen. Damit verbessern Sie die Ertragslage, gewinnen so ganz nebenbei Ihre Bank als Partner. Dort schätzt man strategisch ausgerichtete Unternehmen, die sich an ihre Geschäftspläne und an ihre Zielpläne halten. Mit Ihren Strategien, Strukturen und klar formulierten Zielen beheben Sie nachhaltig den Fachkräftemangel in Ihrem Unternehmen und schaffen sich Ihre Arbeitgebermarke. Kompetente Mitarbeiter in Ihrem Team handeln verantwortlich, weil die Strategien transparent sind und der Unternehmenskurs feststeht. Sie gewinnen begeisterte und glückliche Kunden, die Sie weiterempfehlen. ◆