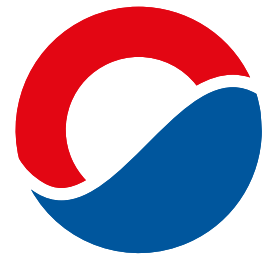


EINBLICK

Das LSH-Magazin Ausgabe 2/2014



LSH-Netz

Online Plattform geht
an den Start

14

Handwerk und Großhandel

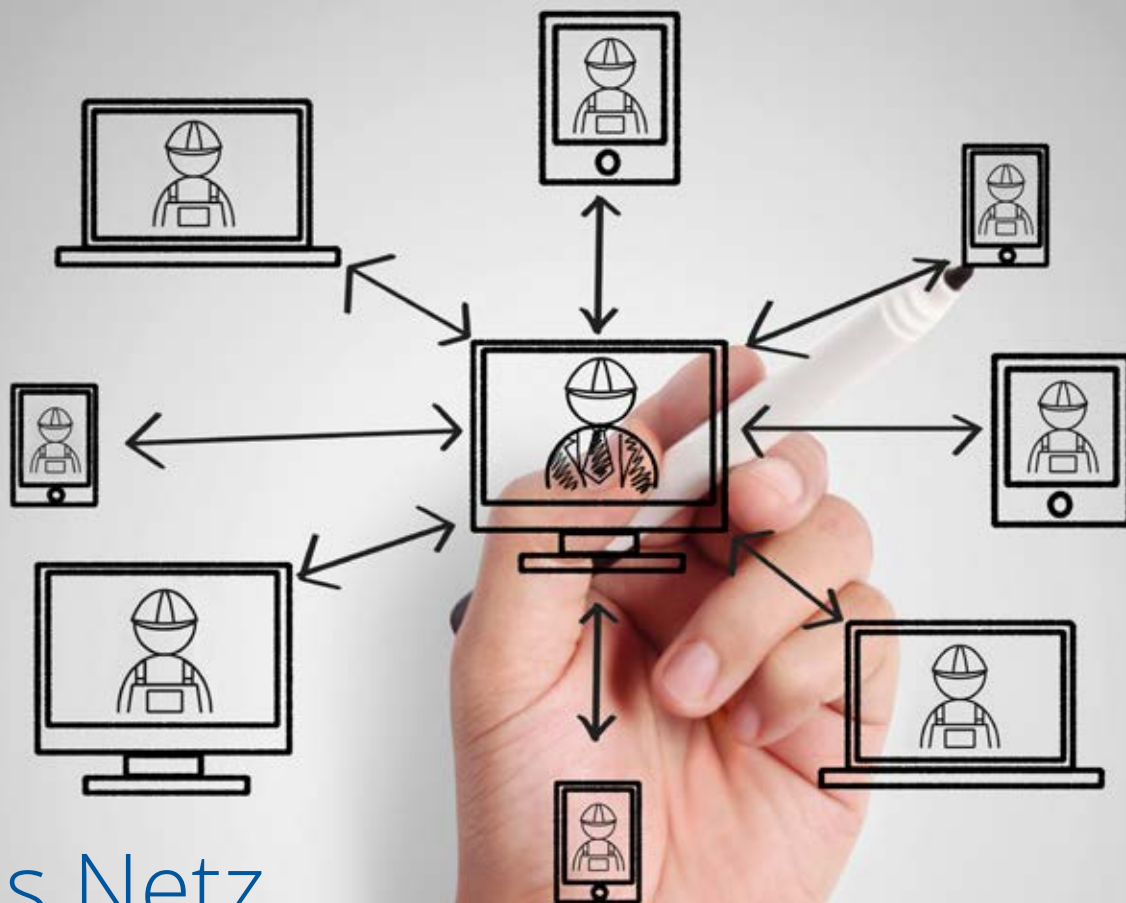
Interview mit Dierk Lause

18

Vollversammlung

Schwertmuscheln und
Weinkeller

22



Das Netz entscheidet

Einzelkämpfer sind auf verlorenem Posten.

Nur gemeinsam können SHK-Handwerker mehr erreichen.

INHALT

Titelthema

Das Netz entscheidet

“Was wir können, kann kein anderer!” 04

Die LSH-Zukunftswerkstatt

Worum geht es – und wie geht es weiter? 10

Fazit von Ralf Thyrrann

Wer nicht kooperiert, kriecht! 12

**Wie Handwerker ihr Schicksal wieder selbst
in die Hand nehmen können**

LSH-Netz 14

Online Plattform geht an den Start

Handwerk und Großhandel 18

Interview mit Dierk Lause

Vollversammlung – Sylt 22

Schwertmuscheln und Weinkeller

Impressum

Herausgeber:
LSH Leistungsgemeinschaft
SANITÄR-HEIZUNG GmbH
Am Boksborg 5
31157 Sarstedt
Tel: 05066 90 19 - 0
E-Mail: info@lsh.de
www.lsh.de

Gestaltung:
Stammtisch Werbeagentur GmbH

Texte:
Gudrun Jay-Böhl,
Hans-Arno Kloep

Fotos:
Annemarie Wulf,
Andreas Böhl,
www.sansibar.de

Verantwortlich im Sinne des
Pressegesetzes (V.i.S.d.P)
LSH GmbH Sarstedt



Liebe LSH-Mitglieder, herzlich willkommen!

Lohnschrauber oder Edelschrauber?

Wie entwickelt sich der Markt? Wohin geht die Reise mit dem dreistufigen Vertriebsweg? Fragen, die sich jeder von Ihnen sicher schon oft gestellt hat. „Trends im Blick“ – unter diesem Motto startete im Mai unsere Zukunftswerkstatt in Hamburg, und auch hier kamen diese Themen unweigerlich auf den Tisch – hoch emotional und höchst persönlich von unserem Keynote-Speaker Hans-Arno Kloep von den Querschießern aus Xanten. Er hat uns am Morgen der Veranstaltung sowohl Angst als auch Hoffnung für die Zukunft unseres Gewerkes machen können, ja vielleicht sogar müssen. In diesem Heft gehen wir auf die Zukunftswerkstatt und die Ergebnisse noch ausgiebig ein.

Ängste

Es ist erschreckend: Einige Marktteilnehmer drängen Fachhandwerker quasi in ein Casting, so wie bei einer Fernsehsendung. Allerdings bekommt man hier nicht den gelben Zettel für den Recall und Dieter Bohlen wartet auch nicht mit einem Plattenvertrag hinter der Tür. Nein, hier geht es um Ihren Stellenwert in der Wertschöpfungskette. Machen Sie in Zukunft noch die Geschäfte, die Sie machen wollen, oder ordnen Sie sich in die graue Masse der „Lohnschrauber“ ein, denen man sagt, welchen Artikel Sie bei welchem Auftrag anschrauben dürfen? Bestimmen Sie in Zukunft noch Ihre Preise, oder sagt man Ihnen, was Sie an welchem Auftrag

verdienen werden? Die Wertschöpfungskette kommt in Bewegung – und der Passive wird der Verlierer sein.

Hoffnung

Doch in jedem Markt gibt es die, die ihren Weg gehen, ihre Ideen umsetzen und damit erfolgreiche Unternehmen aufbauen und führen. Das wird auch in Zukunft so sein und auch in unserer Branche liegt das Geld immer noch auf der Straße – zumindest wenn man zeitgemäß arbeitet. Im Markt der Zukunft gibt es immer noch die Chance, als selbstbestimmter Unternehmer ein erfolgreiches Geschäft zu betreiben. Aber wie kann das gehen? Einige Ideen, Vorschläge und Visionen dazu haben wir in der Zukunftswerkstatt erarbeitet und werden diese auch weiter verfolgen. Wir wollen, dass Sie erfolgreich in die Zukunft blicken können und arbeiten an Hilfestellungen, die Sie dafür benötigen.

Lamm oder Wolf, Lohnschrauber oder Edelschrauber – diese Entscheidung können Sie nur für sich alleine fällen. Wohin geht Ihre Reise?

Viel Spaß beim Durchblättern unseres neuen Einblick!

*Herzliche Grüße,
Ihr Ralf Thyrrann*



“WAS WIR KÖNNEN, KANN KEIN ANDERER!”

Personalprobleme kreativ lösen, Preise selbst bestimmen, neue Wege gehen: Die LSH-Zukunftswerkstatt soll ein Forum sein für alle, die nicht auf der Stelle treten wollen. Deshalb bot schon der Auftakt in Hamburg ein bewegtes Programm.

Mitte März in Hannover. Es ist noch kalt draußen. Ralf Thyranntelefoniert. Er reist von Betrieb zu Betrieb. Seine neue Idee, in einer LSH-Zukunftswerkstatt mit innovativen Fachhandwerkern über reelle Chancen, aber auch Bedrohungen in der SHK-Branche zu sprechen, nimmt Form an. Ein kleiner Kreis soll es sein, damit man schnell ins Arbeiten

kommt und sich etwas wirklich Neues entwickeln kann. Und siehe da: Mehr Befragte als gedacht wollen dabei sein. Wie sich die Zukunft ihrer Betriebe gestalten lässt, brennt scheinbar unter den Nägeln. Ralf Thyrannt fragt nach: Was sind die Themen, die euch wichtig sind? Die Eingeladenen liefern zu: Sie schicken Mails, erzählen am Telefon und in persönlichen Gesprächen mit Ralf Thyrannt. Die Themenliste ist voll: Wie geht man mit den zunehmenden Käufen

im Internet um? Woher bekomme ich vernünftigen Nachwuchs? Was bedeutet der demografische Wandel für mein Geschäft? Wie bewerbe ich mein Können? Und was tue ich, um meine wertvollen Stammkunden zu halten? Das ist nur ein Ausschnitt der Anliegen. Ralf Thyrannt und seine Moderatorin, Gudrun Jay-Böhl, beschließen: Wir gehen flexibel vor, was dieses Mal nicht dran kommt, ist bei einer der nachfolgenden Zukunftswerkstätten dran. Denn es soll eine Reihe werden, keine einmalige Geschichte. Im Kickoff soll es aber darum gehen, einen gemeinsamen Nenner zu finden. Die Ergebnisse sollen weiter vorangetrieben werden und nicht verpuffen! Und es soll kein Gejammer werden: Aufbruchsstimmung soll her. Ganz wie Woody Allen es sagte: „Ich denke viel an die Zukunft, weil das der Ort ist, wo ich den Rest meines Lebens verbringen werde.“

Hamburg im Mai bei strahlendem Sonnenschein: Im Hotel Boston startet die erste Zukunftswerkstatt der LSH. Alle 16 Teilnehmer haben es geschafft, sich durch Staus und verwinkelte Straßen ins Schanzenviertel der Hansestadt durchzukämpfen. Spannung, Freude und erwartungsvolle Stimmung hängen in der Luft. Was wird passieren?

Es ist ein schwüler Tag in Hamburg. Die Raumtemperatur im Hotel Boston ist schnell über 20 Grad. Und der Eröffnungssprecher der Zukunftswerkstatt, Branchenguru und „Querschiesser“-Geschäftsführer Hans-Arno Kloep, sorgt dafür, dass den Teilnehmern schnell noch wärmer wird. Schonungslos malt er das Zukunftsszenario der SHK-Branche auf: Wenn nichts passiert, wird der dreistufige Vertriebsweg bald der Vergangenheit angehören! Viele Handwerker könnten zu „Lohnsklaven“ von Industrie und Großhandel werden, die nur noch das tun, was ihnen die Großen vorgeben. Doch Kloep (siehe S.12) weiß, dass es auch anders gehen kann: Wer seine Chancen erkennt, seine Kunden pflegt und neue durch ideenreiches Marketing gewinnt, hat Zukunft – und kann gegenüber den Partnern in Handel und Industrie auf Augenhöhe kommen! Dafür gab er jede Menge praktischer Tipps.

Einmal schütteln bitte!

Der Vortrag war harter Tobak für die Runde. Doch zum Winseln ist keiner gekommen. Die eigene Verantwortung anzunehmen, das macht mutige und ideenreiche Unter-



Keine Zukunft ohne intensiven Austausch: Ralf Thyrannt will wissen, welche Themen die LSH-Mitglieder bewegen.



„DEM AZUBI EINEN ROLLER KAUFEN –
AUCH SO KANN MAN NEUE
KUNDEN GEWINNEN.“



Neben klassischer Kartenmoderation kamen genauso preisgekrönte Kreativformate wie zum Beispiel „Welten erschaffen“ zum Einsatz.

nehmer aus. Die Moderatorin hält drei Kisten mit merkwürdigen Requisiten bereit – daraus lassen sich Welten erschaffen, wie der Betrieb der Zukunft aussehen könnte. Die Themen haben sich die Teilnehmer selbst ausgewählt: Es geht um Stammkundenmanagement, um die Krux mit dem Personalmangel und den demografischen Wandel. Dabei wird auch der „Bauchpinsel“ für gestresste Chefs erfunden – ein „running gag“ des Workshops.

Deutlich wird schnell: Jeder Betrieb verfügt über echte Schätze, die nur entdeckt und geschickt vermarktet werden wollen. Einer der Teilnehmer erzählt, dass er als „familienfreundlicher Betrieb“ ausgezeichnet wurde, weil er seinem Azubi einen Roller kaufte, damit dieser einfacher zur Arbeit kam. Diese Auszeichnung lässt sich jetzt prima vermarkten und dient so der Kundenakquise.

Bewegung bitte!

Mit dem guten Gefühl, doch etwas bewegen zu können, wenn man selbstbewusst und zugleich kundenorientiert auftritt, geht es ab in Tim Mälzers „Bullerei“: Ein Spitzenrestaurant, in dem es erfrischend unaufgeregt zugeht. Genau richtig für die muntere Truppe, die sich anschließend sogar noch

zu Fuß auf den Rückmarsch zum Hotel macht. Bewegte Stimmung also!

Munter – so geht's am nächsten Morgen weiter

Das Verhältnis zwischen Fachhandwerk und Großhandel ist ein Dauerbrenner und kommt am nächsten Morgen auf den Tisch. Teilnehmer Dierk Lause, Chef der „Haustechnik Brandenburg“, diskutiert im Kollegenkreis, wie die Zusammenarbeit in Zukunft aussehen könnte, zum Beispiel, um das Bestellen zu vereinfachen. Viele Ideen werden auf den Moderationskarten festgehalten. Parallel hält Gudrun Jay-Bösl in einer SWOT-Analyse (Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken) das Wichtigste fest. Eine große Stärke ist beispielsweise, dass nur der Handwerker qualifizierten Kundenkontakt hat. Für manchen mag das profan klingen – aber wie wird dieses Argument bisher genutzt?

Eigene Social Media-Plattform macht das Vernetzen leicht

Um die Diskussion in Ergebnisse umzuwandeln, finden sich Arbeitsgruppen. Es gilt, an den frischen Ideen dranzubleiben. Die Runde will dem Handel zeigen, wie es anders und trotzdem konstruktiv und partnerschaftlich gehen kann! Ralf

Thyrann hält dafür eine passende Vernetzungsplattform bereit. Die Teilnehmer der Zukunftswerkstatt können sich dort zu ihren Vorhaben in einer eigenen Gruppe austauschen (siehe auch Seite 14). Perspektivisch wird diese Plattform für alle LSH-Mitglieder geöffnet. Ganz

und gar „offline“ will sich die Runde im Oktober wieder treffen. Stärke zeigen und aus dieser Position heraus Veränderungen einführen und weitertreiben – darum wird es dann bei der zweiten Zukunftswerkstatt gehen.

AUF EINEN BLICK: DIE LSH-ZUKUNFTSWERKSTATT

Was ist die Zukunftswerkstatt?

Ein Forum der LSH, auf dem es um wichtige und dringliche Themen der SHK-Handwerker geht.

Was sind die Ziele der Zukunftswerkstatt?

Stärkung der einzelnen Unternehmen durch gemeinsame Interessenvertretung, Ideenschmiede für die eigene Markenbildung und Kundenansprache, Weiterbildung und Austausch, Entwicklung von LSH-Qualitätsstandards, Förderung fachlicher Themen.

Wer ist dabei?

LSH-Mitglieder, die sich durch eine positive Herangehensweise an die zukünftigen Marktanforderungen auszeichnen und bereits erste Ideen umgesetzt haben.

Wie oft und wo trifft sich die Runde der Zukunftswerkstatt?

Zweimal jährlich an außergewöhnlichen Orten, in kreativer Umgebung mit Moderation und einem hochkarätigen Keynote-Speaker.

„JEDER BETRIEB VERFÜGT ÜBER SCHÄTZE,
DIE NUR ENTDECKT UND GEHOBEN
WERDEN MÜSSEN.“



Intensive Gruppenarbeit und gespannte Atmosphäre beim Vorstellen der Gruppenergebnisse.

WORUM GEHT ES – UND WIE GEHT ES WEITER?

Fazit von Ralf Thyrann

Arbeit zieht Arbeit nach sich. Das ist bei unserer jüngsten Veranstaltungsreihe, der Zukunftswerkstatt, nicht anders. Die Teilnehmer haben zwei Tage hart für ein sehenswertes Ergebnis gearbeitet – aber was folgt nun?

Zum einen stecken wir schon voll in der Vorbereitung der zweiten Zukunftswerkstatt. Zum anderen ergeben sich aus den Ergebnissen für die LSH viele Aufgaben, die wir mit Nachdruck und auch mit Sinn und Verstand umsetzen wollen. Wir tun das sehr gern, denn es lohnt sich, intensiv an unserer gemeinsamen Zukunft zu arbeiten. Hier folgt nun ein kleiner „Einblick“ in die weiteren thematischen Planungen.

Aus der großen Themenvielfalt, die unsere Teilnehmer diskutiert haben, ergaben sich schnell vier Hauptthemen, die vertieft werden sollen.

Wir werden diese Themen in kleinen Gruppen weiter bearbeiten und die Ergebnisse über unsere bekannten Kanäle präsentieren. Das können Seminare oder Veranstaltungen sein, aber auch Hinweise auf Dienstleister, Berater oder ähnliches. Weitere Informationen werden wir bei Bedarf zur Verfügung stellen.

Jedem sollte klar sein, dass diese Bereiche und Themen echte Schwergewichte sind. Jedes Einzelthema teilt sich in weitere Themen und Möglichkeiten auf. Es kommt also eine Menge Arbeit auf uns zu, aber es gibt auch eine Fülle an Chancen zu entdecken. Wir freuen uns drauf!

Gerne nehmen wir weitere Anregungen und Themenvorschläge aus dem unternehmerischen Bereich auf. Technische Bereiche haben wir momentan noch ausgeklammert.

DIE HAUPTTHEMEN

1. STAMMKUNDEN-MARKETING

- ENTWICKLUNG ZUR EIGENEN MARKE
- VERBESSERUNG DER KUNDENORIENTIERUNG

2. PERSONALMANGEL

- RECRUITING
- QUALIFIZIERUNG
- MITARBEITERBINDUNG
- AUSBILDUNGSPROBLEMATIK

3. DEMOGRAFISCHER WANDEL

- WANDLUNG DER KUNDEN UND DEREN BEDÜRFNISSE

4. BESSERE VERNETZUNG MIT DEM GROSSHANDEL

- OPTIMIERUNG DER LOGISTIK
- PREISTRANSPARENZ
- STÄRKUNG DES VERTRIEBSWEGES

WER NICHT KOOPERIERT, KREPIERT!

Wie Handwerker ihr Schicksal wieder selbst in die Hand nehmen können



Hans-Arno Kloep ist Geschäftsführer der Querschiesser Unternehmensberatung und einer der führenden SHK-Experten in Deutschland.

Im Moment können wir sehr gut erkennen, wie sich die Relevanz des SHK-Handwerks aus Sicht der SHK-Hersteller verändert. Nach dem Krieg war das SHK-Handwerk ein MUSS-Kunde. Wer SHK-Produkte herstellte, konnte nur über das SHK-Handwerk absetzen. Mit dem Aufkommen der Baumärkte war das SHK-Handwerk auf einmal nur noch SOLL-Kunde. Wer zum Beispiel Armaturen, Badmöbel, Duschtrennungen und Installationsmaterial produzierte, konnte jetzt auch am Handwerk vorbei den Weg zum Kunden finden. Seit knapp sechs bis acht Jahren hat das Internet den SHK-Handwerker noch eine Stufe runter gedrückt und zum KANN-Kunden gemacht. Der Erfolg der Online-Shops zeigt der Fachschiene, dass es auch ganz anders geht. Und für die nächsten Jahre erwarten wir von einigen Herstellern, dass sie die SHK-Handwerker sogar zum NICHT-Kunden erklären, ganz andere Wege gehen werden und zum Beispiel in den Direktvertrieb einsteigen.

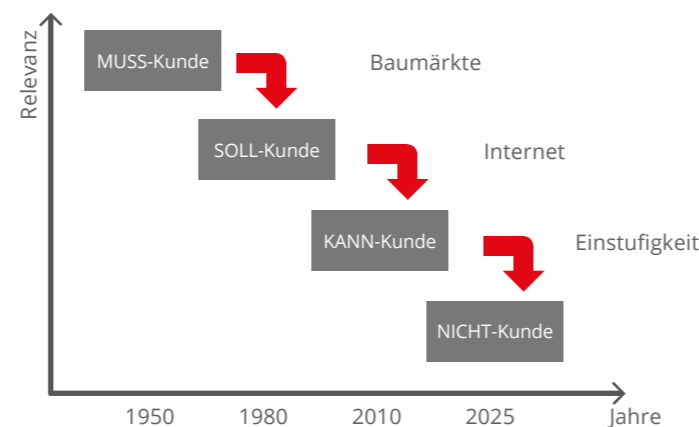
sie dem Kunden ihre vielen Mehrwerte kommuniziert und erlebbar macht. Und da ist mehr, als man vermutet. Mittlerweile gibt es eine Liste mit 46 Argumenten, warum ein Kunde besser im Handwerk als im Internet kauft. Prinzipiell ist die Fachschiene also durchaus in der Lage, ihre Preise zu argumentieren. Aber, Hand aufs Herz, in den wenigsten Fällen wird diese Mehrwertfähigkeit gegenüber dem Endkunden sprachlich abgebildet. Leider gilt für viele Handwerker eine ganz einfache Regel aus dem Verkauf: „Wer sonst nichts weiß, redet vom Preis!“

Aus Sicht der Hersteller ist diese Entwicklung nicht günstig. Einerseits sieht man, dass in der Fachschiene durchaus Mehrwert generiert werden kann, andererseits zeigt die Realität, dass es an den wenigsten Stellen passiert. Gleich-

Bedauerlich an dem Aufkommen der neuen Wettbewerber ist, dass diese günstigere Transaktionsketten haben. Als Fachleute in der Fachschiene haben wir in den letzten 30, 40 Jahren umfangreiche Services entwickelt, die durchaus Sinn machen, wenn man dem Endkunden auf wenig störende Art ein neues Bad oder eine neue Heizungsanlage installieren will. Diese vielen Services machen die Fachschiene aber teuer! Andere Vertriebskanäle, zum Beispiel Baumärkte und Internethändler, bieten diese Services nicht an und können entsprechend „günstige Preise“ machen. Die Fachschiene muss erkennen, dass sie in der jetzigen Struktur im Preiswettbewerb immer verlieren wird. Kunden, die nur über den Preis kaufen, werden wegen der vielen mitzubehaltenden, aber unbekanntenen und ungenutzten Services in der Fachschiene nicht bestellen. Die Fachschiene wird daher als Absatzkanal nur auskömmliche Preise erzielen, wenn

Der mittelfristige Trend

Das SHK-Handwerk verliert zuerst an Relevanz, dann an Einfluss, dann an Ertrag und zum Schluss an Geschäft.



zeitig sind die anderen Vertriebskanäle sehr schlank und können die Produkte zu bestmöglichen Preisen an die Endkunden heranzuführen. Wir meinen daher, dass sich die Handwerker darüber im Klaren sein müssen, dass die Industrie im Moment sehr genau auf die Handwerker schaut und mehr oder weniger ein Casting durchführt. Die Hersteller sind in dem großen weiten Feld aller SHK-Handwerker auf der Suche nach den Betrieben, mit denen man beim Endkunden Mehrwert kommunizieren und erlebbar machen kann. Für die gecasteten Handwerker bedeutet das, dass sie vor einer Entscheidung stehen.

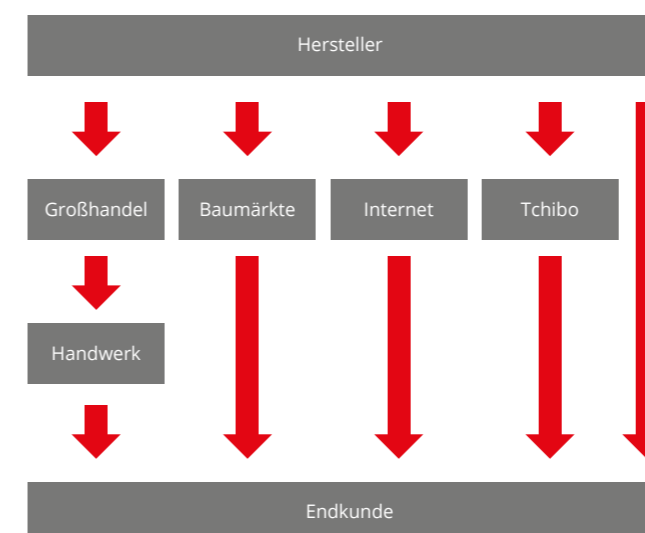
Wir erwarten, dass Handwerker, die lokal starke Marken sind, wenige Probleme bei der Auswahl ihrer Lieferanten haben. Die Macht liegt eindeutig beim Handwerker, der vor

Ort mit seiner Beratungskompetenz und seiner Reputation als Fachmann die Kunden auf jene Produkte lenken kann, denen er vertraut und die er verkaufen möchte. Am anderen Ende des Spektrums sehen wir allerdings auch Handwerker, die eher verkaufsschwach sind, keine eigene Marke entwickelt haben und sich im Verkauf auf die Vorarbeit des Herstellers verlassen müssen. Etwas böse beschreiben wir diese schwächeren Kollegen als „Lohnschrauber“. Schon durch diese theoretische Analyse ist sehr gut zu erkennen, dass man als Handwerker, wenn man sich die unternehmerische Souveränität erhalten möchte, Markt und Marke entwickeln muss.

Diese Entwicklungsarbeit kostet aber Geld – viel Geld! Aus diesem Grund empfiehlt es sich für alle Handwerker, die sich für Markt und Marke entschieden haben, in eine Kooperation einzutreten, bei der wesentliche Unterstützungsleistungen zentral generiert werden. Wenn man sich in einer Kooperation organisiert, erreicht man seine Marketingziele preiswerter durch die Ausnutzung der Größenklassenvorteile. In diesen Kooperationen geht es ausdrücklich nicht um die Beschaffung, sondern um die Entwicklung von Attraktivität im Absatzmarkt. Machen Sie sich klar: Endkunden kaufen beim Handwerker nicht, weil dieser günstig einkauft, sondern weil dieser erkennbar (!) Probleme lösen kann. Diese besondere Problemlösungskompetenz lässt sich in einer Kooperation am einfachsten, schnellsten und preisgünstigsten erarbeiten, realisieren und kommunizieren.

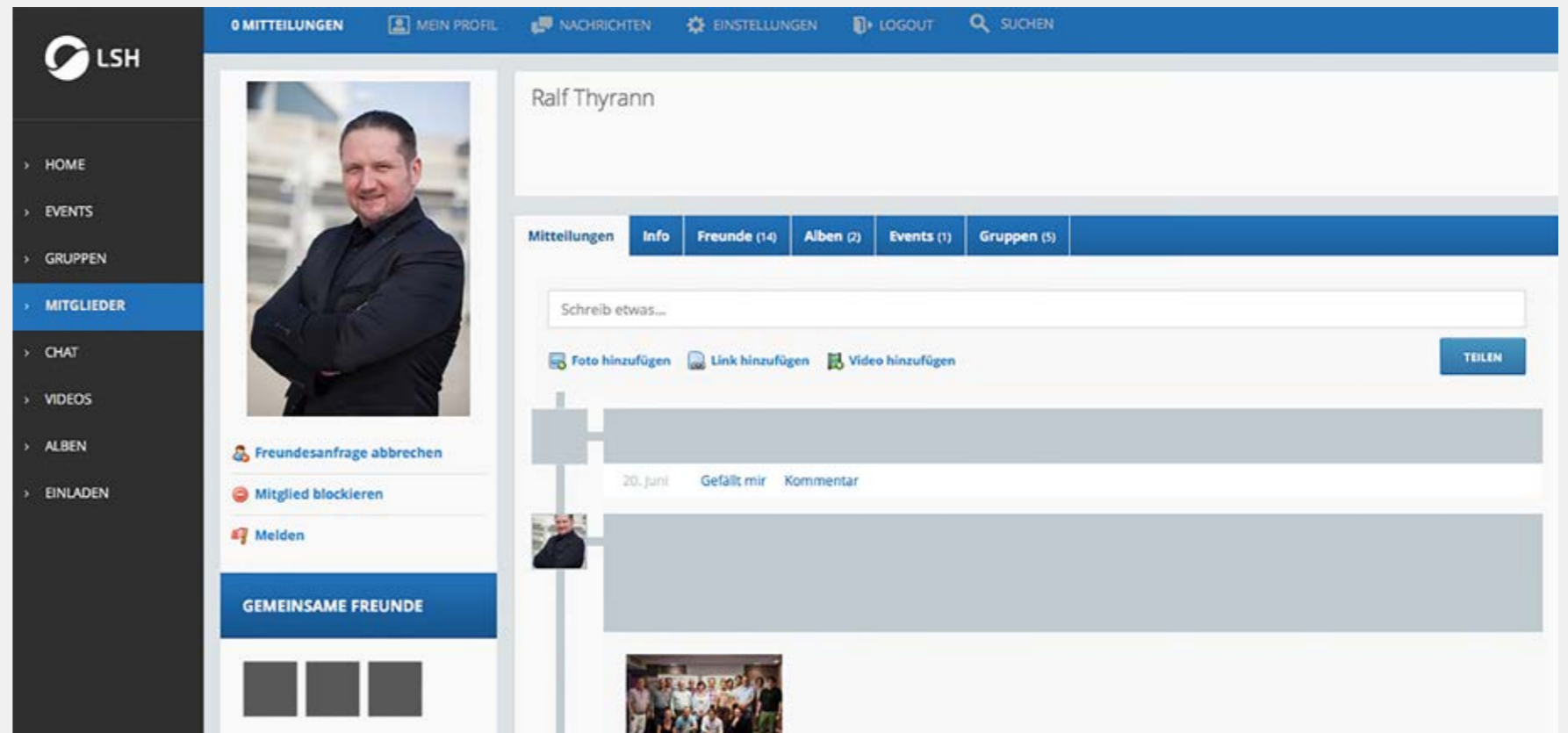
Wir können es dem SHK-Handwerk nicht härter vor Augen führen: „Die Würfel sind gefallen! Wer nicht kooperiert, der krepirt!“

Verlierer bei den Transaktionskosten



VERNETZEN FÜR PROFIS

LSH startet Online-Plattform für Handwerker



Die Zahl ist beeindruckend: 27 Millionen Menschen zwischen Flensburg und Garmisch sind bei Facebook angemeldet. Mehr als jeder dritte Deutsche nutzt das soziale Netzwerk, mehr als eine Milliarde Menschen weltweit, und täglich werden es mehr.

Für lustige Bildchen und Videos und den Kontakt zu Urlaubsbekanntschaften ist Facebook genial - aber in den Untiefen dieses Riesennetzwerkes ist das Auffinden von Kollegen und der professionelle Austausch kaum möglich. Vor allem nicht zwischen mehreren Personen.

LSH will nun diese Lücke schließen und seinen Mitgliedern eine Plattform bieten, auf der sie sich in einem geschlossenen Rahmen miteinander vernetzen können. „Das wird eine Art Facebook für Handwerker werden“, sagt LSH-Geschäftsführer Ralf Thyran. „Nur besser.“ Die LSH-Plattform soll möglichst einfach und eng angelehnt an Facebook sein.

Alle Funktionen des „großen“ Netzwerkes sind dabei auch vorhanden: Man kann wie auf einer Pinnwand öffentlich Botschaften an alle Mitglieder schicken, kann Veranstaltungen ankündigen und Fotos hochladen, die alle interessieren. Genau so kann aber auch privat kommuniziert werden, damit nicht alle mitlesen. Mitteilungen und Links anderer Mitglieder können kommentiert werden, und natürlich fehlt auch der „Gefällt mir“-Button nicht. Zudem können LSH-Mitglieder Gruppen erstellen, in denen gemeinsam diskutiert und Dokumente geteilt werden können.

So kommen Sie zur LSH-Netz für Handwerker

Schritt 1

Mitglied der Online-Community kann werden, wer von einem anderen Mitglied dazu eingeladen wird. Auf der Registrierungsseite, zu der Sie einen Link zugeschickt bekommen haben, geben Sie dann ihre Mailadresse an und überlegen sich ein sicheres Passwort und einen Benutzernamen.

Schritt 2

Anschließend geben Sie einige Informationen zu Ihrer Person und Ihren sonstigen Web-Aktivitäten an (Facebook, Twitter etc.). Diese Daten bleiben natürlich komplett bei LSH und dienen nur dazu, anderen Mitgliedern die Kontaktaufnahme zu erleichtern.

Schritt 3

Nach einer kurzen Bestätigungsmail können Sie sich nun mit Ihrem Benutzernamen und Passwort einloggen. Am Besten laden Sie jetzt gleich ein Profilfoto hoch, damit auch alle wissen, wer Sie sind. Jetzt können Sie auf der Startseite (zu erreichen über den „Home“-Button auf der linken Seite oder mit einem Klick auf das LSH-Logo) gleich sehen, wer noch online ist, und wer seit Ihrem letzten Besuch etwas gepostet hat.

Datenschutz steht dabei an vorderster Stelle: Niemand, der das nicht sollte, kann mitlesen. Wer sich also künftig auf LSH-Veranstaltungen kennenlernt, kann gleich im LSH-Online-Netzwerk eine Freundschaftsanfrage stellen und so auch danach verbunden bleiben. Die E-Mail-Flut wird so beendet, alles kann an einem Ort geschehen: Chat, Austausch von Dokumenten und Ideen, Einladungen zu Workshops...

Permanent online sein ist nicht nötig: Gibt es etwas Neues, kommt auch per Mail eine Benachrichtigung, wenn das gewünscht ist. Und natürlich ist die Seite sowohl per Smart-

phone als auch mit dem Tablet nutzbar. Das neue Online-Angebot wird zu einem Bindeglied zwischen Veranstaltungen, und vor allem zwischen Menschen.

Näher zusammenrücken, eine Online-Community schaffen – das passt genau zur Philosophie von LSH. „Wir wollen Menschen zusammenbringen und eine Gemeinschaft sein, die allen weiterhilft“, sagt Ralf Thyran. „Mein Wunsch ist es, dass dieses Netzwerk dazu beiträgt.“

Mit ein paar Klicks ...

KONTO ERSTELLEN

Email Adresse
Du verwendest deine E-Mail-Adresse zu Anmeldung.

Kennwort
Kennwörter müssen mindestens 6 Zeichen lang sein.

Kennwort wiederholen
Dein Kennwort nochmal für Bestätigung eingeben.

Benutzername
Dies wird dein Profilink sein, zum Beispiel:
<http://intranet.lsh.de/profile/dein Name>

Zeitzone

Sprache

Ich bin mit den Nutzungsbedingungen der Seite einverstanden.

FORTFAHREN

... registrieren Sie sich ...

PROFIL INFORMATION

Persönliche Information

Vorname

Nachname

Geschlecht

Geburtsdag

Kontakt Information

Webseite

Twitter

Facebook

AIM

Angaben zur Person

Über mich

SPEICHERN

... und können loslegen!

LSH

9 MITTEILUNGEN | MEIN PROFIL | NACHRICHTEN | EINSTELLUNGEN | LOGOUT | SUCHEN

Mein Profil bearbeiten | Persönliche Information | Bearbeite mein Foto | Profil Sid

Persönliche Information

Vorname

Nachname

Geschlecht

Geburtsdag

Kontakt Information

Webseite

Twitter

Facebook

AIM

Angaben zur Person

Über mich

SPEICHERN

Freunde Online: 0/0

Start ist am 1. Oktober 2014

QUO VADIS, HANDWERK UND GROSSHANDEL?

Wir sprachen mit Dierk Lause, Chef der Haustechnik Brandenburg, über sein unternehmerisches Engagement, die LSH und seine Sicht auf Handel und Handwerk. Sein Credo: „Wir müssen auf beiden Seiten an uns arbeiten!“

Der dreistufige Vertriebsweg – wie steht's um seine Chancen in der Zukunft? Was muss passieren, damit Handel und Handwerk überleben können? Welche Verständigungsmöglichkeiten gibt es, ohne ins gegenseitige „Meckern“ zu kommen? Und welche Erwartung hat der Kunde?

Herr Lause, erzählen Sie uns bitte zuerst ein bisschen von sich und Ihrem Betrieb. Sie stammen aus Hamburg und sind nun schon seit mehr als 20 Jahren in Brandenburg aktiv. Wie kommt's?

Das stimmt. Ich bin 1982 von Hamburg nach West-Berlin gegangen, um dort meine Meisterprüfung zu machen. Dort bin ich „hängengeblieben“ und habe, bedingt durch Fahrten auf der Transitstrecke, schon damals viele Berührungspunkte mit der Region gehabt. Ich habe auch immer an die Wiedervereinigung geglaubt, und als es soweit war, stand für mich fest: Wenn ein eigener Betrieb, dann auf jeden Fall in den neuen Bundesländern.

Wie kamen Sie auf Brandenburg an der Havel?

Ein Geschäftspartner und Mit - Gesellschafter der Haustechnik sprach mich an; ich stieg als zweiter Gesellschafter hier ein. Jede Region hat ihre Besonderheiten. Hier in Brandenburg an der Havel lebten vor der Wende rund 100.000 Menschen, davon ein Großteil von der Industrie: Stahlwerk, Elektro, Kammgarn. Heute sind es um die 72.000. Viele mussten sich verändern – ich übrigens auch...

Inwiefern?

Eine Besonderheit unseres Unternehmens war, dass wir auch noch eine Vielzahl kleiner Gesellschafter hatten; die Mitarbeiter. Wir sind um die 40 Leute, auch heute noch. Damals ging es einerseits darum, zueinander zu finden und sich auch trotz unterschiedlicher Herkunft und Haltung zu verstehen. Andererseits habe ich gelernt, meine Rolle als Gesellschafter und Geschäftsführer aktiv auszufüllen, damit das Unternehmen weiter kommt. Ich denke, Unternehmertum muss man in den Genen haben oder man muss, wie ich, dazu bereit sein!

Was waren wichtige Meilensteine auf Ihrem Weg?

Vertrauensaufbau im Team, das war das Erste. Der Kauf unseres Betriebsgeländes 1994 war das Nächste. In den 90er Jahren haben wir viele Blocksanierungen durchgeführt. Das ist eine sehr ertragreiche Zeit gewesen, die jetzt abgeschlossen ist – heute haben wir ein Verhältnis von einem Viertel für Wohnungsbaugesellschaften, circa 20 % öffentliche Hand und ein Drittel Industrie. Den „Rest“ machen die privaten Kunden aus. Ein weiterer Meilenstein war, dass wir uns ganz früh für das Barrierefreie Bauen engagiert haben. Wir haben hier Standards gesetzt, gemeinsam mit dem Fachverband Sanitär und Heizung. Heute haben wir dazu eine eigene Ausstellung, das ist auch eher außergewöhnlich. Wir sind regionaler Marktführer. Weiterhin haben wir von Anfang an den Service- und Wartungsbereich ins Auge genommen. Wir haben an die

1.000 Wartungsverträge. Sechs Mitarbeiter sind damit voll beschäftigt, es gehört ja eine Menge dazu ... Auch dass wir uns aktiv um den Verkaufsprozess im Heizungsbereich kümmern und in unserer Ausstellung Energieberatung für effiziente Heizungssysteme anbieten, ist ein Meilenstein. Und nicht zuletzt haben wir immer Mitarbeiter ausgebildet, nicht nur im handwerklichen, sondern auch im kaufmännischen Bereich. Einige unserer Meister sind solche „Eigengewächse“, worauf wir sehr stolz sind.

Das klingt sehr innovativ – wie kamen die Haustechnik Brandenburg und die LSH zueinander?

Die LSH hat sich, aufgrund ihrer Zugehörigkeit zu Wiedemann, immer schon mit dem Verhältnis von Handel und Handwerk, auseinandergesetzt. Und zumindest früher war es so, dass die Marktführer einer jeweiligen Region auch in der LSH waren. Für mich als jemand, der aus den alten Bundesländern stammt, war das damals, 1994, enorm wichtig, um dazuzugehören.

Ralf Thyrahn dazu: „Heute sind es mehr die Innovationsführer, die sich in der LSH finden bzw. die wir haben wollen. Herr Lause ist ja jemand, der etwas bewegen will, auch im Verhältnis von Handel und Handwerk. Aus meiner Erfahrung sind es stets die Entscheider im Handwerk, die tief in der Sache drin stecken und sich für den dreistufigen Vertriebsweg einsetzen. Aber es gibt auch einige Kollegen,

die wie im Hamsterrad nur immer laufen und laufen und gar nicht an das Morgen denken.“

Wie ist es um das Zusammenspiel von Handel und Handwerk bestellt?

Aus meiner Sicht muss jeder der beiden Partner etwas investieren, um den mehrstufigen Vertriebsweg zu erhalten. Wir müssen es schaffen, zu einer Linie zu werden. Was mich antreibt, ist, dass der Kunde ein immer höheres Anspruchsdenken entwickelt. Parallel haben wir unsere Kostenstruktur und müssen Ressourcen vorhalten, um flexibel handeln zu können. Darum ist es für mich eine Überlebensfrage, dass wir es schaffen, den Mehrwert, den wir dem Kunden bieten, auch zu kommunizieren. Ich bin der Meinung: Wer sich beim Kunden positiv als Problemlöser profiliert, der bekommt auch Geld dafür.

Was gehört für Sie dazu?

Kompetenz aufbauen, die über die Standards hinausgeht. Deshalb betone ich zum Beispiel immer: Mit einer Planungssoftware umzugehen, reicht nicht. Was ist, wenn irgendwo ein Problem auftaucht und etwas nicht zusammenpasst? Ich muss die ganze Kette beherrschen – vom Vorhalten der Ressourcen über Planen, Beraten, Einbauen und Service. Und ich muss diesen Prozess unternehmerisch steuern wollen. Es wird immer Handwerker geben, die einfach nur noch ein Handy haben und dann von ihren Auftrag-

Der gebürtige Hamburger Dierk Lause ging 1992 nach Brandenburg/Havel und übernahm die Geschäftsführung der Haustechnik Brandenburg. Heute hat der Betrieb 41 Mitarbeiter und ist unter anderem spezialisiert auf die Planung und Gestaltung von Wohlfühlbädern und das barrierefreie Bauen.

„Wir brauchen mehr Kosten- und Auftragstransparenz.“

gebern aus Handel oder sogar Industrie angerufen werden. Letztlich bestimmt der Kunde, ob und was ihm qualifiziertes Handwerk wert ist. Man muss ihm unsere Leistung aber auch deutlich machen!

Welche Ideen haben Sie, um den Prozess zwischen Handel und Handwerk zu optimieren?

Wir brauchen mehr Transparenz. Der Kunde macht es uns doch schon vor. Er geht ins Internet und findet dort seine Preise. Dass zu einer funktionierenden Lösung, zum Beispiel im Bad, mehr dazu gehört, sieht er vielleicht gar nicht. Also müssen wir – Handel und Handwerk gemeinsam – ihm aufzeigen, wie ein optimaler Prozess aussieht, damit er zu seiner gewünschten Lösung kommt. Meine Idee ist, dass Handel und Handwerk dabei synchron vorgehen. Jeder trägt seinen Teil – zum Beispiel bei der Ausbildung, wer soll das denn machen wenn nicht der Handwerker? Dafür muss die EDV beim Großhandel auch so sein, dass ich damit problemlos arbeiten kann. Wir brauchen Kosten- und Auftragstransparenz. Ein weiteres Beispiel sind Rückgabekosten. Wenn der Kunde weiß, Mensch, bei Handel und Handwerk ist alles zertifiziert und originalverpackt, ist das eine ganz andere Leistung als irgendwas aus dem Internet zu kaufen. Ohne Garantie, ohne Zertifizierung.

Wo wollen Sie hin, was ist Ihr Ziel?

Ich wünsche mir, dass wir Fachhandwerker uns mit dem Großhandel an einen Tisch setzen. Einen Workshop machen, wie wir den Kunden in Zukunft besser bedienen. Wie wir unsere Schwierigkeiten

bei den Prozessen überwinden, um zum Beispiel keine Fehlbestellungen und Rückgaben mehr zu haben. Ein Thema werden dabei auch die Streckenlieferungen sein – wie gehen wir da mit der Kostenverteilung um? Ich wünsche mir dabei Transparenz und Ehrlichkeit. Es geht mir darum, offen miteinander zu reden und gemeinsam Maßnahmen zu entwickeln.

Ralf Thyran dazu: „Aus LSH-Sicht begrüße ich solch ein Treffen oder eine Zusammenarbeit sehr, um die Prozesse abzustimmen. Der Handel kann sich ja gar nicht mit jedem einzelnen Handwerker hinsetzen, und er kann auch gar nicht mit jedem einzelnen Kunden sprechen. Der Handwerker hat den Kundenkontakt und weiß, was der Kunde heute erwartet. Die LSH kann hierfür eine gute Plattform bilden.“

Herr Lause, in der Zukunftswerkstatt (erstes Treffen in Hamburg im Mai 2014, Anm. d. Redaktion) sprachen Sie davon, dass man beim Kunden nur einen Schuss frei habe – wie sehr passt dieser Satz zu Ihren heutigen Überlegungen?

Der Kunde interessiert sich nicht für das Hin und Her zwischen Handel und Handwerk. Ob er ein

privater Kunde ist oder zum Beispiel auch die öffentliche Hand – Preise müssen von Anfang an stimmen und Zusagen müssen gehalten werden. Das erfordert Disziplin, und ich meine damit: Auf beiden Seiten! Mit dem iPad kann ich das ganz einfach alles einmal erfassen und senden, nicht x mal. So reduziere ich Aufwände beim Großhandel. Anders herum wünsche ich mir, dass meine Bestellungen vollständig und zum richtigen Zeitpunkt geliefert werden.

Was wünschen Sie sich noch?

Partnerschaftliches Denken und Handeln. Ernst genommen werden – und ein gegenseitiges Verständnis. Damit steigern wir auch unsere Wertschätzung gegenüber dem gemeinsamen Endkunden. Wir könnten uns noch viel mehr darauf konzentrieren, was dieser Kunde braucht. Als Fachhandwerker könnten wir zu regionalen Marken werden. Letztlich macht uns das dann allen wieder mehr Freude!

Vielen Dank für das Gespräch!



„SCHÖN WAR'S“ – EIN KOMENTAR ZUR VOLLVERSAMMLUNG

Wie Entertainer Jan und eine Schwertmuschel mein Bild von Sylt verändert haben

Teuer, aber nur Mittelmaß? So oder so ähnlich waren meine Befürchtungen im Vorfeld unserer Vollversammlung im März auf der Insel Sylt. Doch Sylt war sehr gut zu uns und hat mich zu einem Fan dieser wunderschönen Insel gemacht.

bestens vorbereitet: Kein großer Komplex, sondern einzelne Häuser und sogar eine Villa!

WETTER GUT, STIMMUNG GUT, TAGUNG GUT!

Nach der Zugreise über Hamburg kamen wir am Bahnhof Westerland an, und wie abgesprochen stand schon der Shuttle zum Hotel bereit. Ein Service, den das Dorint Strandresort & SPA Westerland / Sylt für uns und unsere Mitglieder organisiert hatte. Unser Hotel direkt hinter den Dünen war auf die LSH Reisegruppe schon

Am Abend machte sich dann doch etwas Aufregung breit, denn die Sansibar rief. Viele Teilnehmer hatten von dieser ehemaligen Bretterbude in den Dünen von Sylt schon gehört und die Erwartungen an das Restaurant von Herbert Seckler waren entsprechend groß. Was dann aber kam, hätten wohl nur die wenigsten



erwartet. Gut gegessen hat sicher jeder von uns schon, aber Zubereitung und Qualität der Speisen an diesem Abend haben sicher alle unsere Gäste voll und ganz begeistert: Mit sieben verschiedenen Vorspeisen starteten wir in den Abend, natürlich nicht ohne, dass unser Kellner (oder vielmehr Entertainer!) Jan aus der Sansibar uns gebührend begrüßte und erläuterte, was auf uns zukam. Mit Witz und Schwung sorgten die Kellner sehr professionell und höchst aufmerksam dafür, dass wir uns trotz der großen Gruppe sehr wohl fühlten. Zwei weitere Gänge und eine erlesene Auswahl an Getränken machten den Abend in dieser ungewohnten Atmosphäre zu einem vollen Erfolg.

Die Zeit verging wie im Flug. Einige unserer Gäste nutzten die Möglichkeit, den Weinkeller unter der Sansibar zu besichtigen. In diesem Gewölbekeller lagern knapp 30.000 Flaschen Wein, verteilt auf über 1.200 Positionen. Der Keller wurde nachträglich errichtet, indem man das gesamte Bauwerk an einem Tag auf Stelzen stellte und den Gewölbekeller aufbaute.

DER SANSIBAR-ABEND VERGING VIEL ZU SCHNELL.

Schließlich war der Abend viel zu schnell vergangen und wir wurden zu verschiedenen Zeiten zum Hotel kutschiert. Nicht alle Teilnehmer fanden den direkten Weg in ihr Hotelzimmer – es wurde berichtet, dass auch die Hotelbar an diesem Abend länger geöffnet hatte als geplant.

Am nächsten Tag ging es raus in die Natur, es stand eine Wattführung auf dem Programm. Nichts Aufregendes, mag

man meinen, aber die Natur ist eben faszinierend und interessant zugleich. Unser Guide hatte jedenfalls eine Menge zu erzählen über das Leben im Watt... wussten Sie zum Beispiel, dass das sich die Seemänner früher mit Schwertmuscheln rasierten? Ich nicht. Ich habe mir gleich eine Schwertmuschel als Andenken an diese schöne Veranstaltung auf der Insel Sylt mitgenommen. Schön war's.



Nelli Kurz-Pletsch
LSH - Leistungsgemeinschaft
SANITÄR-HEIZUNG GmbH

LSH - Leistungsgemeinschaft
SANITÄR-HEIZUNG GmbH
Am Boksberg 5
31157 Sarstedt
Tel: 05066 90 19 - 0
Fax: 05066 90 19 - 19
www.lsh.de

