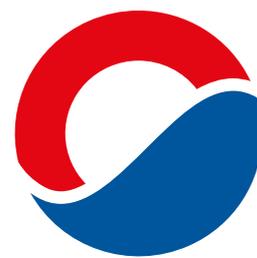


EINBLICK



Das Magazin der LSH - Leistungsgemeinschaft SANITÄR-HEIZUNG

Ausgabe 1/2017

Abrechnen nach
Arbeitseinheiten

**Gregor Grüneboom und
sein Erfolgsmodell**

04

Mehr Ertrag dank
Fachkräftemangel

**Wie wir die Veränderungen im
Arbeitsmarkt nutzen können**

13

Vollversammlung 2017
in Hamburg

Kiezgeflüster und Infotainment

18



BÜHNE FREI AUF DER
VOLLVERSAMMLUNG 2017

INHALT

Abrechnen nach Arbeitseinheiten Gregor Grüneboom und sein Erfolgsmodell.	04
Innoplus von CompuSoft Innova Astrid Dodenhoff im Gespräch über die Badplanungssoftware.	07
Heizungssteuerung Ecodome Christoph Bullach entwickelte eine Heizungsregelung, die Kunden auf Anhieb verstehen.	10
Mehr Ertrag dank Fachkräftemangel Wie wir die Veränderungen im Arbeitsmarkt nutzen können.	13
Der LSH-EXPERTEN-BLOG Tipps, Themen und News aus der Branche.	17
Vollversammlung 2017 Kiezgeflüster und Infotainment!	18

Impressum

Herausgeber:

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

Redaktion:

Innoreal
Kommunikationsagentur GmbH

Texte:

Gudrun Jay-Böhl,
Katharina Sylvester-Thyran,
Thorsten Moortz,
Ralf Thyran
(V.i.S.d.P.)

Satz & Gestaltung:

Innoreal
Kommunikationsagentur GmbH

Fotos:

Andreas Böhl,
Katharina Sylvester-Thyran,
Ralf Thyran,
Gregor Grüneboom,
CompuSoft Innova GmbH,
BSH Bullach Sanitär- und
Heizungs GmbH,
pds GmbH,
Thorsten Moortz,
ZsuZsa & The Soulicious



DIGITALISIERUNG!

Warum Sie das Thema auf dem Radar haben sollten

Schlimme Gehirnkrankheiten wird es geben. Lungenentzündung aufgrund des Fahrtwindes. Giftiger Qualm wird Menschen und Tiere vergiften: Diese Befürchtungen begleiteten die erste Schienenfahrt in Deutschland 1835 zwischen Nürnberg und Fürth.

Warum starte ich damit? Mit der Eisenbahn begann in Deutschland die Zukunft der Mobilität. Sie war nicht mehr aufzuhalten und gehört selbstverständlich zu unserem Leben.

Heute ist das Thema Digitalisierung in aller Munde. Auch wir von der LSH beschäftigen uns mit dieser technologischen Entwicklung. Denn sich dem Thema nicht zu stellen, hieße, kurzfristig viele Chancen auszulassen und langfristig den Zug in Richtung Zukunft zu verpassen – um noch mal im Bild zu bleiben.

Digitalisierung – aber wie genau?!

Ganz LSH-like gehen wir das Thema konkret, pragmatisch und in Ihrem Sinne an: Wie kann Digitalisierung im Handwerk aussehen? Welche Best Practice-Beispiele gibt es? Was müssen Sie dafür verändern? Wir geben Impulse und Hilfestellung – hier im Heft: Mit 3D-Badplanung lässt sich einfacher und zeitsparender planen und erfolgreicher verkaufen. PDS ist eine Software, die Abläufe vereinfacht, um Büro und Baustelle besser zu vernetzen.

Unternehmerisch am Puls der Zeit bleiben

Auch offline bieten wir Ihnen wieder spannende Impulse: Wie läutet man das Ende der Kundenbeschwerden zu angeblich nicht transparenten Rechnungen ein? Ist die Abrechnung nach einem festen Stundenverrechnungssatz noch zeitgemäß? Ein Kollege aus Hamminkeln revolutionierte das System: Er rechnet taktgenau nach Arbeitswert ab. Und er verrät in Seminaren, wie auch Sie das umsetzen können. Speziell für LSH-Mitglieder!

Vormachen und nachmachen: Erfolgsgeschichten

Zwei LSH-Mitglieder erzählen von ihrem Ansatz: Systematische Innovation bei Christoph Bullach. Bäder erfolgreich bauen und dabei ganz genau den Nerv der Kunden treffen bei Astrid Dodenhoff. Das bringt sowohl wirtschaftlich etwas als auch jede Menge Spaß und Elan bei der Arbeit!

Feierbiester!

Der Begeisterungs-Speaker Ralf R. Strupat behauptet: „Wir Deutschen feiern zu selten“. Auf der diesjährigen LSH-Vollversammlung Ende April in Hamburg haben wir (ihm) das Gegenteil bewiesen. Nach einer inhaltsreichen und spannenden Tagung im schicken Hotel Empire Riverside ging es ins Schmidts Tivoli: Lesen Sie die ganze Story hier in Ihrem Einblick.



ABRECHNEN NACH ARBEITSWERT UND MITARBEITER AM UMSATZ BETEILIGEN:

Gregor Grüneboom und sein Erfolgsmodell

Hamminkeln liegt in der Nähe von Holland. Hier ist der Firmensitz von Gregor Grüneboom. Der Mann tat 2008 etwas sehr Außergewöhnliches. Er führte in seinem SHK-Betrieb (Bad, Heizung, Solar, Windkraft) ein neues Abrechnungsverfahren gegenüber den Kunden ein. Und er beteiligt seine Mitarbeiter leistungsorientiert am Umsatz.

Seitdem hat er keine Kundenbeschwerden mehr über „zu hohe Preise“. Und er bekommt genau die Mitarbeiter, die er sich wünscht – engagierte Mitdenker, die dafür auch gern mal 1.500 Euro über Durchschnitt mit nach Hause nehmen.

Grüneboom gibt sein Wissen weiter

Mittlerweile hat er für seine innovative Herangehensweise diverse Preise eingeholt. Zudem vermittelt er seinen Ansatz als Coach und Berater: Unter der Webadresse **Grüneboom-innovativ.de** findet sich sein spezielles Angebot mit Workshops und Seminaren für Kollegen aus der SHK-Branche. Für LSH-Mitglieder wird es bald spezielle Seminare geben (siehe extra Ankündigung auf Seite 6).

Wir sprachen mit ihm über sein ungewöhnliches, aber wirkungsvolles Geschäftsmodell.

Einblick: Herr Grüneboom, wie sind Sie zu Ihrem Abrechnungsmodell nach Arbeitswert gekommen? Und wie funktioniert es?

Gregor Grüneboom (GG): Meine Idee 2008 war, den Stundenlohn in Arbeitswerte umzusetzen. Man macht also kleine Schichten aus einem ganzen Arbeitsschritt. So, wie Autohäuser schon seit langem Reparatur- und Serviceleistungen abrechnen. Der Impuls für mich kam aus einem eher allgemeinen, zweistündigen Seminar über diese Abrechnungsart. Das hat mich inspiriert. Ich habe mich abends hingesetzt und das für unseren Betrieb umgerechnet. Alles in ¼-Stunden-Takte. Wir hatten damals schon 46 Euro Stundenlohn, das war recht hoch für unsere Gegend. Es hat super funktioniert. Ein Jahr später sind wir auf einen 10-Minuten-Takt gewechselt und haben den Stundenlohn so noch weiter erhöht. Zu Beginn haben wir nur die Kundendienstleistungen so abgerechnet. Mittlerweile nutzen wir es auch beim Maschineneinsatz.

Einblick: Wie genau?

GG: Zum Beispiel bei der Ölheizung – wenn eine Reparatur (Rohrbruch) nötig ist – hier setzen wir Messgeräte oder

eine Pressmaschine ein, oder wir nutzen Maschinen bei der Abflussreinigung, oder wenn wir mit der Hilti arbeiten oder mit dem Industrie-Staubsauger. Pauschale Abrechnung ist sowieso nicht mehr erlaubt – da kam uns das neue Modell entgegen.

Einblick: Wie ist die neue Abrechnung, Arbeitswert statt Stundenlohn, angekommen?

GG: Bei meinen eigenen Leuten hat es die Angst vor sich beschwerenden Kunden genommen. Die haben sich ja früher sogar manchmal Urlaub genommen, um nicht beim Kunden für die Rechnung gerade stehen und sich entschuldigen zu müssen – so haben sie es wenigstens empfunden. Tja, und die Kunden – bei denen war komplett Ende mit Beschwerden. Von einem Tag auf den anderen! Sie haben die kleinen Posten gesehen, alles ist transparent. Es gibt keinen Grund mehr zum Meckern.

Einblick: Das klingt ja fantastisch. Dann haben Sie auch noch ein Punktesystem für die Mitarbeiter eingeführt. Was ist das?

GG: Es ist ein Belohnungssystem, das dazu führt, dass unsere Mitarbeiter zwischen 500 und 2.500 Euro mehr im Monat verdienen.

Einblick: Wie schaffen sie das?

GG: Unsere Mitarbeiter achten darauf, was der Kunde will und braucht. Zum Beispiel, dass Wasserfilter Algen entwickeln können. Das ist ungesund. Meine Leute weisen den Kunden darauf hin. Oder bei Öltanks, dass die Filter für die Entlüftung erneuert werden sollten. Die Kunden sind dankbar dafür. Oder wenn ein Mitarbeiter einen neuen Heizungskessel verkauft. Wir belohnen also das unternehmerische Mitdenken, das Angebote machen und Aufpassen, wo ein Bedarf sein könnte. Das hat ungefähr ein halbes Jahr gedauert, bis die neue Denke in den Köpfen war. Dafür gibt es Punkte, die monatlich ausgezahlt werden.

Einblick: So spürt der Mitarbeiter sofort das positive Ergebnis in seinem Portmonee ...

GG: Richtig, das ist viel besser als am Jahresende irgendeinen Bonus. Das wäre für die Leute zu weit weg. Und sie wüssten nicht mehr genau, wofür sie es eigentlich bekommen.

Einblick: Was ist mit den Azubis und den Mitarbeitern im Büro?

GG: Die Azubis bekommen Punkte für sauber gewaschene Autos, für eine ordentliche Werkstatt und so weiter. Das sind Sonderpunkte, weil sie ja nichts selbst produzieren. Das Büro erhält Punkte für Anrufe beim Kunden, die zu Aufträgen führen, also für Nachhaken, Dranbleiben, damit die Monteure draußen was zu tun haben.

Einblick: Weiß der Eine, was der Andere bekommt?

GG: Bei uns in der Werkstatt hängt ein Bildschirm. Da kann jeder sehen, wer und was gut läuft.

Einblick: Sind die nicht neidisch dann – und macht nicht sowieso jeder immer das Gleiche, also die Guten sind immer die Guten und die Anderen begnügen sich immer mit dem, was sie halt haben?

GG: Nein, es gibt keinen Neid. Es ist eher wie beim Fußball – der eine gibt die Vorlage, schießt die Flanke, der andere macht das Tor. Es gleicht sich über die Monate aus. Außerdem haben die Mitarbeiter immer unterschiedliche Monate – mal sind sie besser drauf, mal schlechter. Wichtig ist stets, dass sie das Ergebnis sehen – fruchtet meine Arbeit oder nicht?

Einblick: Das hebt die Motivation, oder?

GG: Na klar. Alle bekommen mehr – vom Azubi bis zum Ü50-Mitarbeiter. Und das fast ohne Überstunden. Wir sind außerdem sehr gut organisiert, sodass die Leute pünktlich zu ihren Familien und in den Feierabend kommen. Das zählt heute extrem viel.

Einblick: Wie ist das bei der Suche von neuen Mitarbeitern?

GG: Wir zahlen im Schnitt 1.500 Euro über den normalen Lohn. Das zieht unheimlich. Alle sind begeistert und wir haben überhaupt keine Probleme, Leute zu bekommen.



Für sein innovatives Konzept gewann Gregor Grüneboom den Marketing Preis SHK 2016.



Grüneboom-Seminare sind sehr praxisgerecht aufgebaut.

SPEZIELLE LSH-SEMINARE

mit Gregor Grüneboom

Mehr Umsatz, mehr Ertrag, zufriedene Kunden und motivierte Mitarbeiter. Der Traum jedes Unternehmers! Wie lässt sich auch Ihr Betrieb innovativer aufstellen? Wir von der LSH bieten Ihnen in diesem Jahr zwei Grüneboom-Seminare zum Spezialtarif an:

1. Abrechnung nach Arbeitswert statt Stundenverrechnungssätze

Die taktgenaue Abrechnung birgt enorme Vorteile gegenüber der klassischen Form nach Stunden. Das Verfahren kommt aus der Kfz-Branche und ist für SHK-Betriebe gut übertragbar. Dabei wird die Leistung in Arbeitswerte von sechs, zehn oder 15 Minuten zerlegt: Das erhöht die Transparenz gegenüber dem Kunden, weil alle Leistungen mit ihren Positionen einzeln aufgelistet werden. Stattdessen lassen sich so nach und nach die Preise anziehen.

Gregor Grüneboom erarbeitet mit den Seminarteilnehmern – in der Regel die InhaberInnen oder Chefs – maßgeschneiderte Modelle für ihren Betrieb. Damit sparen Sie sich Kundenbeschwerden und Ärger mit der Abrechnung.

2. Mit einem Punktesystem für Mitarbeiter Umsätze erhöhen und Motivation steigern

Monteure, Bürokräfte und Azubis sind häufig keine „geborenen Verkäufer“. Aber sie sehen genau, wo es bei welchem Kunden klemmt und man noch mehr machen könnte. Machen Sie sich dieses Wissen zunutze. Mit einem Punktesystem belohnen Sie jeden für zusätzlich verkaufte Leistungen und Produkte.

Gregor Grüneboom erläutert, wie dieses zusätzliche Vergütungssystem in der Praxis funktioniert: Mehr Motivation, kein Streit, mehr Transparenz – mehr Umsätze und mehr gemeinsamer Erfolg. Die Umstellung auf das Punktesystem ist einfach und von heute auf morgen machbar.



Die Kunden sind begeistert: Mit Innoplus von CompuSoft Innova bekommen sie eine komplette Visualisierung ihres neuen Bades vor der Umsetzung.



„Ein tolles Zeichenprogramm und sehr gut zum Präsentieren!“

Gas- und Wasserinstallateurmeisterin Astrid Dodenhoff arbeitet bei der Bäderplanung mit der Innoplus-Software

Um die 90 % Erfolgsquote bei Bädern: Die Kunden bestellen fast immer, wenn Astrid Dodenhoff ein Bad plant. Sie ist die Chefin der Firma Heitmüller GmbH & Co. KG Badgestaltung + Haustechnik aus Pattensen. Die Meisterin (Gas- und Wasserinstallateurin, Versorgungstechnikerin) nutzt dabei seit fünf Jahren die Software der CompuSoft Innova GmbH aus Dresden. Diese 3D-Software kommt auch in den WIEDEMANN Ausstellungen zum Einsatz.

Mit Innoplus lässt sich viel Zeit sparen

Astrid Dodenhoff kam bei einem Fachmessebesuch in Essen auf die Idee, diese Badplanungssoftware einzusetzen. „Früher nutzte ich CAD-Programme, die ich als Technikerin mit beruflicher Erfahrung aus einem Planungsbüro natürlich beherrsche. Dies war sehr aufwändig, in 2D-Programmen jede einzelne Wandansicht zu erzeugen. Mit Innoplus geht das jetzt einfacher, es ist schneller und plakativer. Übrigens können unsere Kunden Innoplus auch nutzen – als abgespeckte Version im Internet. Schwerpunkt ist aber, dass ich plane!“

„Die Kunden entscheiden sich entweder sofort für das Eine oder das Andere, oder es gibt einen Mix.“

Astrid Dodenhoff

Hobby deutlich ausgebaut

Astrid Dodenhoff übernahm den elterlichen Betrieb 2006 (mehr zur Person siehe Kasten). Die Planung von Bädern war schon immer ihr besonderes Steckenpferd; diesen Bereich wollte sie ausbauen. Dazu wollte sie auf jeden Fall Software nutzen. Der Hinweis durch CompuSoft Innova, dass eine Kooperation mit der LSH besteht, gab dann den Ausschlag für Innoplus. Damit kann sie ihrem „Hobby“ jetzt noch viel mehr frönen.

Updates und Schulungen, um immer auf dem neuesten Stand zu bleiben

„Ich bin eigentlich sehr zufrieden“, blickt Astrid Dodenhoff auf ihre Erfahrungen im täglichen Umgang mit der Software zurück. Einmal im Jahr liefern die IT-Spezialisten aus Dresden ein Update. Sie aktualisieren dabei automatisch auch die ARGE-Daten.

„An Schulungen könnte ich aber mehr gebrauchen“, meint sie kritisch. Denn ihr Anspruch ist hoch und das entspricht auch der Philosophie des Hauses Heitmüller, stets zugleich für Innovation und Kompetenz zu stehen. „Ich bin im Kundensinne sehr detailverliebt und habe mir letztlich alles selbst beigebracht“, meint sie. Bei WIEDEMANN in Sarstedt hat sie einmal an einer Fortbildung teilgenommen: Das könnte nach Auffassung der Bad-Spezialistin auch gern mehr sein, aber mit der entsprechenden inhaltlichen Tiefe: „Ich sitze gern mit Kollegen zusammen, die sich ähnlich intensiv mit der Materie auseinandersetzen wollen.“ Der eher allgemeine Austausch mit Fachhandwerkern, die bei Innoplus aber ganz vorn anfangen, ist für sie nicht so hilfreich.

Mit Innoplus den Kundenwunsch genau treffen

Astrid Dodenhoff setzt auf Selbstmachen. Sie will ihren Kunden zufrieden stellen und sie hat dessen Wünsche im Ohr und vor Augen – das ist Teil ihres Engagements. Die Erfolgsquote von 90 % Beauftragung ihrer Planung spricht Bände: Sie trifft mit dem Mix aus gutem Zuhören, präziser Datenerfassung (Aufmaß, Fotos) und der schicken Visua-

lisierung durch Innoplus genau den Geschmack der Kunden. Das ist viel Arbeit: „Seit Anfang 2017 erheben wir eine Schutzgebühr als Aufwandsentschädigung, diese wird bei Auftragserteilung nicht verrechnet“, meint sie.

Ein anderer Weg mit Innoplus zu arbeiten: Direkt die WIEDEMANN-Ausstellungen nutzen

Manche Kollegen von Astrid Dodenhoff nutzen Innoplus direkt in den bzw. über die WIEDEMANN-Ausstellungen. Hier helfen die Berater, den Kundenwunsch dreidimensional darzustellen. Der jeweilige Fachhandwerker geht mit diesem Ergebnis zum Kunden. Das geht genauso, denn die Berater arbeiten jeden Tag mit Innoplus und bringen ebenfalls viel Erfahrung ein. Das Ergebnis ist hier wie da eine Stückliste, mit der dann weitergearbeitet wird. Ziel ist, ein möglichst genaues Angebot abgeben zu können. Astrid Dodenhoff geht den individuellen Weg. Aber das ist von der individuellen Ausrichtung des Betriebes und seines Meisters bzw. seiner Meisterin abhängig: „Make it or buy it“!

Innoplus und der Vertriebsprozess passen gut zusammen

Typisch für den Ablauf bei Heitmüller ist die enge Beziehung zum Kunden – von Beginn an. „Die Kunden melden sich bei mir, ich mache den Termin, das Aufmaß, einige Fotos und starte dann möglichst gleich im Betrieb mit der Grundrisserstellung. Dachsrägen, Erker, Holzbalkenkonstruktionen, ich bringe alles sofort unter!“ Ist die Visualisierung fertig, lädt Astrid Dodenhoff die Kunden zu sich ein. Auch das funktioniert – sie sendet nichts mehr



per Mail „in die Gegend“, sondern präsentiert selbst. In der Regel hat sie zwei Entwürfe in petto. „Die Kunden entscheiden sich entweder sofort für das Eine oder das Andere, oder es gibt einen Mix.“ Mit Innoplus ist auch das leicht umgesetzt.

Wie auch in anderen Betrieben üblich, wird dann bemustert – ihre Favoriten hat die engagierte Chefin schon selbst in ihren eigenen Räumlichkeiten an der Wand hängen oder ausgestellt. Darüber hinaus wird in Einzelfällen noch eine Fachausstellung besucht.

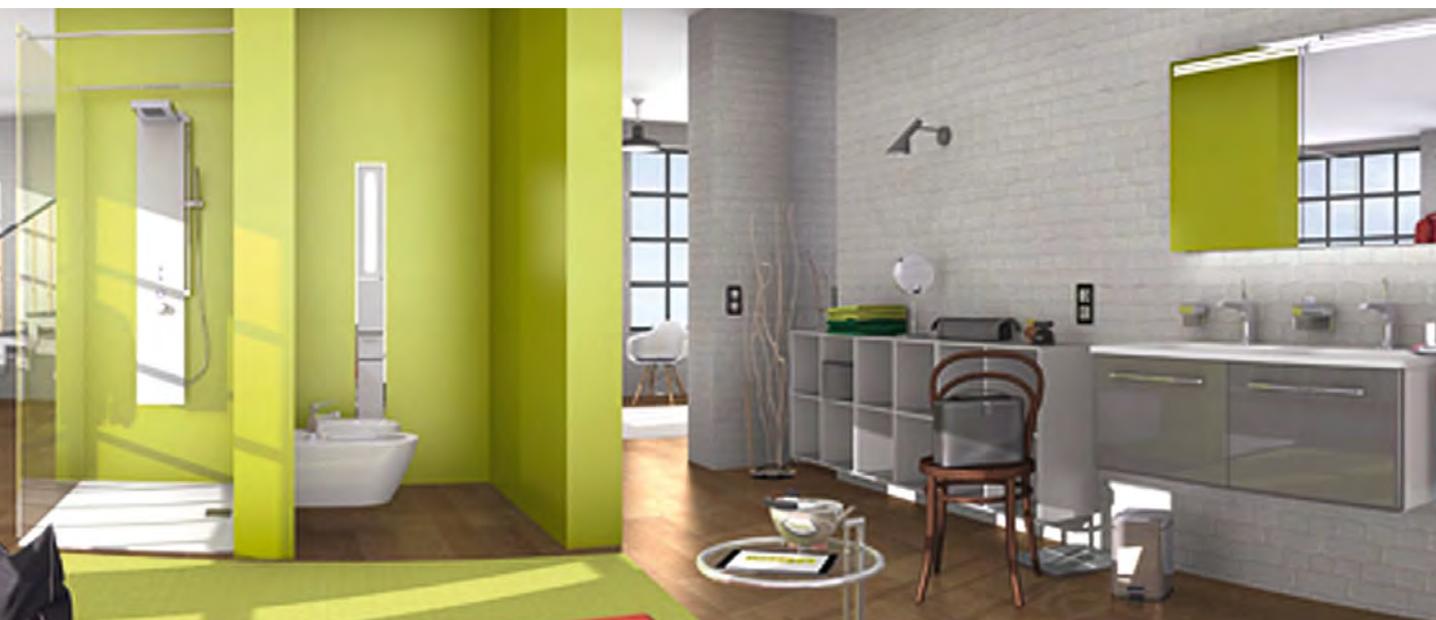
Für die Erstellung des Angebots setzt Astrid Dodenhoff Innoplus nicht ein: Mit den allgemeinen Brutto-Preisen ließe sich nichts anfangen. Aber über die Zeitersparnis beim Planen und Zeichnen freut sie sich immer wieder: „Auch das Präsentieren damit ist echt toll. Ich kann es besser handhaben und begeistere den Kunden damit richtig. Es macht nicht jeder. Es kostet ja auch was. Aber das ist es mir wert. Letztlich motiviert es mich selbst ja auch, wenn es genauso geworden ist, wie die Leute es sich gedacht haben!“



Das Handwerk von der Pike auf gelernt – die Liebe zu Bädern im Herzen: Astrid Dodenhoff von Heitmüller GmbH & Co. KG Badgestaltung + Haustechnik

„Ich habe in einem Betrieb gelernt, der auch Frauen ausgebildet hat“, blickt Astrid Dodenhoff auf ihre Zeit als Azubi für Gas- und Wasserinstallation in Hannover zwischen 1984 und 87 zurück. Nach der Ausbildung hat sie noch zwei Jahre als Geselle gearbeitet. Dann absolvierte sie in Salzgitter die Techniker-Schule – während des dritten Jahres machte sie nebenbei ihren Meister in der Abendschule. Also beides parallel – eine echte „Meisterleistung“!

Weil ihre Eltern noch jung und darum noch keine Betriebsübernahme in Sicht war, arbeitete sie anschließend 13 Jahre in einem Ingenieurbüro: Daher ihre Erfahrung mit CAD-Systemen. Den elterlichen Betrieb übernahm sie 2006 und baute ihn aus: „Bäder mache ich am allerliebsten,“ lächelt die agile Heitmüller-Chefin.



Sehr realistische Ansichten in der Badplanungssoftware Innoplus.

EINFACH ERFINDERISCH:

Christoph Bullach entwickelte eine Heizungsregelung, die Kunden auf Anhieb verstehen

„Einfach, logisch und intuitiv – das ist mein Anspruch!“ so fasst Christoph Bullach, Inhaber der BSH Bullach Sanitär- und Heizungs GmbH, sein innovatives Tun rund um Heizungsanlagen und Kältetechnik zusammen. Seine jüngste technologische Entwicklung ist die Heizungsregelung Ecodomo. Die Kunden finden ihre leichte Bedienbarkeit klasse: „Endlich verstehe ich meine Heizung!“ heißt es immer wieder.

Im Gespräch mit dem Gas- und Wasserinstallateur- und Kältetechnikermeister erfuhren wir mehr über dieses Regelungssystem. Und über sein Credo als Chef von BSH: „Wir wollen Qualität liefern. Und wir haben Mut, um auch außergewöhnliche Dinge zu tun, die andere nicht können oder wollen!“

Weg von 08/15 – und lieber hin zum Individuellen

Es steckt Tüftelei und jede Menge technisches Know-how dahinter: Aber etwas Individuelles zu entwickeln, mit dem man auch geschäftlich eine passende Nische besetzen kann, ist aus Christoph Bullachs Sicht ein entscheidender Erfolgsfaktor. Das, so ist er überzeugt, sei gerade für kleinere Betriebe lebenswichtig: Denn weil der klassische dreistufige Vertriebsweg durch Internet und neue Geschäftsmodelle seine Monopolstellung verloren hat, muss man seinen Kunden als Fachhandwerker etwas Besonderes bieten: Weiter denken, Themen besetzen, Lösungen verkaufen. Mit der Heizungsregelung Ecodomo haben Christoph Bullach und sein Team das geschafft.

Einblick: Herr Bullach, wie sind Sie dazu gekommen, eine eigene Heizungsregelung zu entwickeln? Es gibt doch welche ...

Christoph Bullach (CB): Unsere Kunden haben häufig verschiedene Heizungssysteme im Einsatz. Klassische Gasheizungen, aber auch Kaminöfen, Solaranlagen und immer mehr Wärmepumpen. Jeder Hersteller hat sein eigenes Regelungskonzept – das ist für den Kunden häufig schwer zu verstehen. Es frustriert die Kunden, wenn sie mit der Technik nicht klar kommen, es aber doch einfach nur schön warm haben wollen. Deshalb habe ich eine solche Regelung entwickelt.

Einblick: Mit welchem Bedarf kommen die Kunden denn zu Ihnen? Die wissen doch gar nicht, was Sie da als Besonderheit haben, oder?

CB: Stimmt. Die Kunden kommen zum Beispiel, weil sie eine Solaranlage auf ihrem Dach haben wollen. Dazu brauchen sie einen Heizungspufferungsspeicher als Energiezentrale. Über den wird alles geregelt. Dazu brauchen sie also sowieso eine Steuerung – und in einem solchen oder ähnlichen Fall empfehle ich ihnen dann meine eigene Heizungsregelung Ecodomo.

Einblick: Was ist das genau?

CB: Es handelt sich um eine universelle Regelung. Ein System, wie man es auch für seine Vorgartenbeleuchtung oder für seine Rollläden kennt. Verschiedene Funktionen sind miteinander verknüpft, um im Ganzen eine Wirkung zu erzeugen.

Ich habe solch eine Verknüpfung dann entsprechend für die einzelnen Heizungen, die es in einem Haus oder einer Wohnung gibt, entwickelt. Sie ist mit dem Internet verbunden und kann zum Beispiel mit dem Smartphone bedient werden.

Der Hersteller der universellen Regelungstechnik kommt aus Österreich; es ist die Firma „Technische Alternative RT GmbH“. Man bekommt eine Art Baukasten geliefert, einen kleinen Computer, den man programmieren muss, um ihn funktionsgerecht zum Leben zu erwecken.

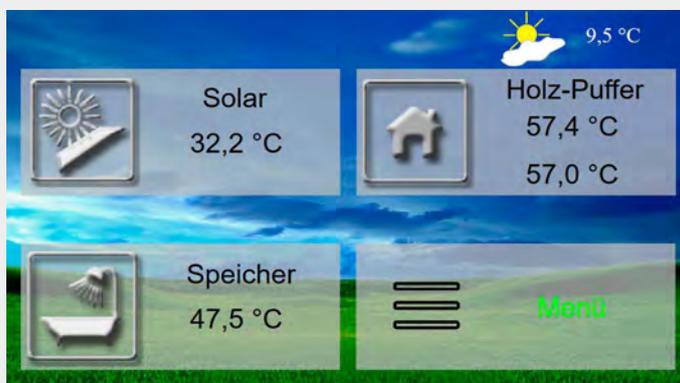
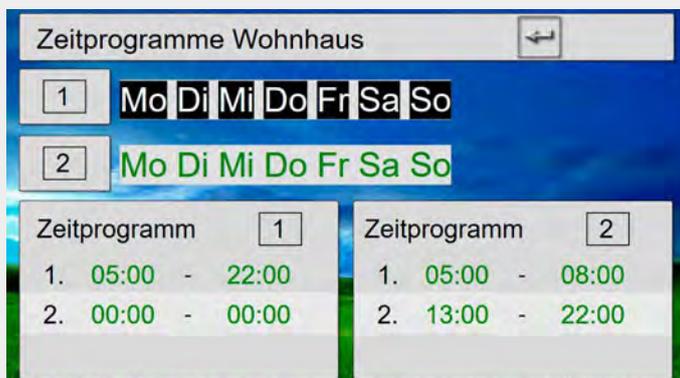
„Einfach, logisch und intuitiv – das ist mein Anspruch.“

Christoph Bullach



Einblick: Das Ergebnis geht in die Richtung smart home ...

CB: Ja, genau. Denn der Kunde kann seine Heizung damit ganz intuitiv über sein Smartphone regeln. Das ist in Sekunden gelernt und wirklich ganz einfach. Wir nutzen die Regelung in unserem eigenen Betrieb auch. Ganz aktuell – wir haben uns ein Elektroauto geholt – regeln wir damit die Stromversorgung für das Fahrzeug. Denn wir verfügen hier über zwei Photovoltaikanlagen, ein Blockheizkraftwerk und eine Mini-Kraftwärmekopplung. Mit der überschüssigen Energie aus diesen Anlagen erzeugen wir den Strom für das Auto.



Eine übersichtliche Darstellung leitet durch die innovative Bedienung der Heizungsregelung Ecodomo.

Einblick: Was ist typisch für Ihre Heizungsregelung, welche Funktionen hat sie?

CB: Im Normalbetrieb zeigt sie den Status an. Alle Informationen sind abrufbar. Wenn aber zum Beispiel zu wenig Wasser in der Heizung ist, versendet sie eine E-Mail. Das passiert automatisch: Der Kunde oder wir erhalten eine Information über dieses sogenannte „Ereignis“. Dann können wir handeln ...

Einblick: An wen geht diese E-Mail in der Regel?

CB: Die allermeisten Kunden entscheiden sich dafür, dass wir als Firma die E-Mail erhalten. Das hat was mit Vertrauen, aber auch mit Datenschutz zu tun. Es muss zu Beginn entschieden werden. Wenn wir der Empfänger sind, können wir sofort eingreifen.

Einblick: Was tun Sie, um Ihre neue Heizungsregelung zu bewerben?

CB: Unsere zentrale Botschaft ist, dass wir individuelle Energiesysteme bauen. Wir beraten jeden Kunden, was für ihn das passende System ist – und dabei kommt die Regelung automatisch ins Spiel. Um aber auch neue Kunden und Interessenten zu gewinnen, haben wir Flyer machen lassen und stellen das Ganze auf unserer Website vor. Die Kunden finden es toll, dass sie jetzt endlich ihre Heizung verstehen, ohne ins Detail eintauchen zu müssen.

Einblick: Sehen Sie sich als ein Erfinder, Herr Bullach?

CB: Ach, im Prinzip könnte das jeder, der sich intensiv mit der Materie beschäftigt ...

Einblick: Das glauben wir Ihnen nicht ...

CB: Naja, es ist vielleicht mein Ingenieurgeist und natürlich auch mein Hobby, Neues zu entwickeln. Zusätzlich hat das Ganze noch einen wichtigen wirtschaftlichen Aspekt. Wir schaffen uns mit Ecodomo und ähnlichen Vorhaben unabhängige Standbeine, die kein anderer hat.

Einblick: Was machen Sie noch und was treibt Sie dabei an?

CB: Angefangen hat das mit größeren Wärmepumpenanlagen, die wir übernommen haben und wo hin und wieder die Regelungen kaputt gingen. Wir haben uns um die Reparaturen gekümmert und mit der Zeit entsprechendes Know-how aufgebaut. Heute steigt ja der Bedarf nach Wärmepumpen. Sie werden in Neubauten sehr viel verwendet. Das ist ein Beispiel.

Was mich grundsätzlich antreibt, ist, zu überlegen, was die Kunden wohl brauchen und was wir in Zukunft noch machen können, um sie von unserem Service zu begeistern oder diesen Wünschen zu entsprechen. Da gibt es auf Kundenseite natürlich unterschiedliche Typen: Die einen wollen am liebsten jeden einzelnen Fühler einer Heizungsanlage kennen und die anderen wollen einfach nur auf ihr Handy schauen und sehen: ah, läuft, alles schön angenehm. Wärme, Wohlbefinden, einfach gut. Mit unseren Weiterentwicklungen und Entwicklungen holen wir beide Gruppen ab.

Einblick: Wenn die Kunden jetzt so eine Regelung haben wollen, was müssen sie an Zeit und Invest einplanen?

CB: Das ist unterschiedlich und abhängig von der Ausgangssituation. Altbau, Neubau, Kamin, Gas, Öl, Pellets, Wärmepumpe, verschiedene Energiesparmodelle. Wir schauen uns die Situation vor Ort an und sprechen mit dem Auftraggeber über seine Vorstellungen. Das nimmt so ein bis zwei Stunden Zeit in Anspruch. Meine Philosophie ist, dem Kunden in diesem Termin auch schon eine Hausnummer zu den Kosten zu sagen. Dann sehe ich, ob das, was er haben möchte, auch mit seinem Budget machbar ist. Anschließend erhält er ein konkretes Angebot. Das kann bei einer Anlage für eine Kraft-Wärme-Kopplung bei 20.000 bis 30.000 Euro liegen. Ein einfaches Steuerungssystem bekommt er bereits für 6.000 bis 7.000 Euro.

Einblick: Wie viel Prozent Ihres Umsatzes machen Sie mittlerweile mit der Heizungsregelung Ecodomo?

CB: Ungefähr 15 Prozent und mit der Werbung soll es noch mehr werden.

Einblick: Welchen Tipp geben Sie Kollegen, wenn es bei der Entwicklung der Firma darum geht, was er machen soll und was eher nicht?

CB: Sucht euch das Außergewöhnliche – manchmal ergibt sich das auch, manchmal muss man es forcieren. Ein weiteres Standbein bei uns ist zum Beispiel die innere Abdichtung von Gasleitungen. Das Problem mit diesen Leitungen fiel hier in Hannover mal auf, als der Energieversorger die Zähler austauschen wollte. Wir können Gasleitungen heute von innen abdichten, mit einer Kunststoffdispersion, die wir unter Druck einbringen und aushärten lassen. Eine super Idee, die uns auch wieder einen neuen Tätigkeitsbereich erschlossen hat. Das Verfahren wenden wir auch als Dienstleistung für Kollegenfirmen häufig an.

Mein Tipp ist darum: Sucht euch eure Lücke, denn die heutigen Vertriebsstrukturen werden sich verändern. Mit dem Außergewöhnlichen lässt sich noch Geld verdienen!



Christoph Bullach (links) und seine Frau Susanne mit dem Team der BSH Bullach Sanitär- und Heizungs GmbH.

Lebenslanges Lernen garantiert Qualität

Qualität und Innovation sind die Treiber der Firma Bullach, die der Gas- und Wasserinstallateurmeister Franz Bullach 1978 in Ahrbergen bei Hannover gründete: So schloss mancher der Auszubildenden seine Prüfung als Bester ab. Der heutige Inhaber Christoph Bullach war 1989 Innungsbester und –jüngster der Meisterprüfung. Seinen Kältetechnikermeister machte er 2012. Das Team um den Chef von BSH Bullach besteht zur Zeit aus neun Mitarbeitern.

MEHR ERTRAG DANK FACHKRÄFTEMANGEL

Wie wir die Veränderungen im Arbeitsmarkt nutzen können, um einfach bessere Geschäfte zu machen. Ein Beitrag von Thorsten Moortz

In diesem Artikel zeige ich, weshalb der Fachkräftemangel auch seine guten Seiten hat. Meine These ist: Neue Mitarbeiter gewinnt in Zukunft nur noch, wer sich als attraktiver Arbeitgeber im Handwerk positioniert. In Zeiten hoher Kapazitätsauslastung und Begrenzung durch die begrenzte Arbeitskraft zeigt sich, dass sich der Ertrag in Zukunft nur noch steigern lässt, wenn man sich um höherwertige Aufträge bemüht.

Was muss man dafür tun?

Um diese zwei entscheidenden Ziele (Mitarbeitergewinnung und Ertragssteigerung) zu erreichen, brauchen wir

erstens selbst mehr Spaß an der Arbeit. Zweitens benötigen wir die Fähigkeit, diese Begeisterung an Mitarbeiter zu transportieren. Drittens müssen wir das Ganze durch Projekte mit höherem Wert umsetzen.

Anhand von fünf typischen Reaktionen auf die Veränderungen der letzten Zeit finden Sie hier meine Lösungsansätze rund um die Mitarbeitergewinnung bzw. -bindung und Ertragssteigerung.

1. Schock – Der Rauswurf aus der Komfortzone

Bereits seit Jahren deutete sich an, was heute Realität ist: Junge Menschen mit Potential und ausgebildete Fachkräfte können sich aussuchen, in welchem Unternehmen sie glücklicher, zufriedener, begeisterter arbeiten wollen.

Das Handwerk und die Innungen sehen sich mittlerweile als „Resterampe des Arbeitsmarktes“ – und damit in der Opferrolle. Manchmal gewinne ich den Eindruck, als würden viele Handwerks-Unternehmer gerade eben erst festgestellt haben, dass sie ein massives Problem haben: Kaum ein potenzieller Mitarbeiter kommt von alleine zu ihnen, um nach einem Job zu fragen. Der Schock: Es geht nicht mehr darum, was wir als Arbeitgeber „suchen“, sondern was wir einem Kandidaten „bieten“.



Was steckt dahinter?

Dies sind aus meiner Sicht die Probleme:

- Das Handwerk ist nicht attraktiv für Menschen mit Potential.
- Es wird an Aufträgen festgehalten, die man bereits seit Jahren erfolgreich abwickelt.
- Ignoranz gegenüber den existenziellen Herausforderungen, die aufs Handwerk zukommen, wenn die Konjunkturlage einmal eine Delle bekommt.
- Ausreden nach dem Motto: Wir hatten keine Zeit, keine Kapazität, keinen „Pack an“, keine Idee, um neue Geschäftsfelder zu entwickeln ...



Was können wir tun?

Als Lösungsansatz aus der Praxis empfehle ich, selbst erst einmal wieder zu entdecken, weshalb wir mit Begeisterung unser Handwerk ausüben.

2. Verneinung – „Da mache ich nicht mit!“

Kennzeichnend für diese Phase ist, dass Handwerksunternehmer dazu tendieren, allgemeingültige Aussagen für die Vergangenheit zu finden: „Meine Mitarbeiter wollen nur nach Vorgaben arbeiten und ihren Lohn pünktlich bekommen“, heißt es zum Beispiel. Dem gegenüber steht die Erkenntnis von Unternehmern, die wenig Probleme mit der Gewinnung neuer Mitarbeiter haben: „Meine Mitarbeiter haben einen wachsenden Wunsch nach Beteiligung an IHREM Unternehmen.“ Beteiligung heißt, sich als Teil einer Firma mit ihren Zielen, Ideen und der unternehmerischen Vision zu fühlen. Beteiligt zu sein, heißt, unternehmerisches Denken und Handeln vermittelt zu bekommen, um im eigenen Arbeitsumfeld Mehrwerte liefern zu können. Beteiligung heißt auch: Sich mit dem Unternehmen weiterentwickeln zu können. Das betrifft nicht nur das Gehalt, sondern auch die Weiterbildung.



Welche Probleme gibt es typischerweise in dieser Phase?

- Der „Kampf“ um die Mitarbeiter wird mit Mitteln des letzten Jahrtausends geführt.
- Arbeit im Handwerk wird nicht als „Karriere“, sondern als „Job“ empfunden.
- Mitarbeiter wollen an ihrem Unternehmen beteiligt sein.
- Spitzenleistung kann man nicht befehlen.
- Wunsch, durch mehr Leistung spürbar mehr verdienen zu können.



Lösungsansätze aus der Praxis:

- Antworten liefern auf die Frage: Was macht dein Unternehmen zu einem attraktiven Arbeitgeber im Handwerk?
- Eine sichtbare, spürbare Unternehmenskultur ausstrahlen.
- Beteiligungsmodelle, die auf der Ertragsqualität der eigenen Arbeit basieren.
- Strukturierte Jahresgespräche, Zielvereinbarungen und Qualifizierungspläne.
- Sich von Mitarbeitern trennen, die trotz aller Bemühungen nicht Teil des Unternehmens sein wollen und nur einen Job suchen.

3. Einsicht und Akzeptanz – Machbares machen

Aus meiner Sicht geht es nicht darum, zu resignieren, die Suche nach neuen Mitarbeitern aufzugeben oder etwas erzwingen zu wollen. Es geht darum, die Strahlkraft des Unternehmens in der Region zu verstärken und einen Sog auszulösen. Heute können es sich die meisten Handwerksunternehmen finanziell leisten, sich persönlich, ihre Mitarbeiter und attraktive Geschäftsfelder weiter zu entwickeln.

Frust kann vermieden werden, wenn man sich auf erreichbare Projekte fokussiert, an den Erfolgen aktiv arbeitet und Ablenkung vermeidet. In der Praxis bewährt hat es sich, zunächst nur mit einem Projekt mit einem konkreten Ziel zu starten. Alle Mitarbeiter von Anfang an zu beteiligen, sollte dabei selbstverständlich sein.



Probleme, die auftauchen, könnten sein:

- Es geht uns zu gut und wir überwinden unseren „inneren Schweinehund“ nicht.
- Wir fangen nicht einfach bei einer kleinen Einheit an. Sondern wir versuchen, gleich alle Abteilungen, Bereiche, das gesamte Unternehmen, alle Mitarbeiter verändern zu wollen.



Lösungsansätze aus der Praxis:

- Spannende, neue Geschäftsfelder entwickeln, die mehr Spaß machen und mehr Ertrag liefern.
- Mitarbeitern mehr Verantwortung am Erfolg des Unternehmens geben.

4. Ausprobieren – Einfach loslegen

Eine Möglichkeit ist, sich für die Umsetzung der neuen Herangehensweise einen externen Coach zu holen: Er (oder sie) zeigt auf, was man selbst häufig im Arbeitsalltag vergessen hat. Der Coach ordnet und sortiert die Projekte (gemeinsam mit Ihnen) nach deren Erfolgswahrscheinlichkeit. Es geht darum, mehr auf die Chancen als auf die Probleme zu schauen. Das hilft, die eigene Einstellung zu verändern. Bei der Suche nach einem geeigneten Berater steht Ihnen die LSH zur Seite.



Probleme könnten in dieser Phase sein:

- Zu viel auf einmal wollen.
- Durch die operative Hektik herrscht Stillstand in der strategischen Ausrichtung.
- Die Komplexität möglicher Entscheidungen nimmt permanent zu.
- Zu hohe Erwartungshaltung an Geschwindigkeit und Ertrag.



Lösungsansätze aus der Praxis:

- Externe Hilfe in Anspruch nehmen: Jemanden fragen, der die Prioritäten richtig setzen kann und für die Umsetzung passende „Werkzeuge“ liefert.
- Ziele und Positionierung klären und diese Fragen beantworten: „Für welche Geschäftsfelder oder welche Qualität will ich in sieben Jahren als Experte in meinem regionalen Markt anerkannt sein?“, „Welche Qualifikation brauchen ich und meine Mitarbeiter dafür?“ und „Mit welcher Weiterbildungsmaßnahme beginnen wir?“
- Mit einem Geschäftsfeld beginnen und konsequent mit zeitlicher Zielvorgabe an der Umsetzung arbeiten.
- Mitarbeiter systematisch befragen, Verbesserungen einleiten und sich um öffentlichkeits-wirksame Auszeichnungen bewerben (z. B. Unternehmer des Jahres, www.1A-Arbeitgeber.de) etc.

5. Erkenntnis und Integration – positive Grundeinstellung weiterentwickeln

Positive Ergebnisse führen zu höherem Selbstbewusstsein: Veränderungen werden akzeptiert und es entsteht Motivation für die Bearbeitung weiterer Projekte! Mein weiterer Appell ist, mit einem sorgfältig ausgewählten Projekt zu starten und weitere Projekte auf einer strukturierten Liste zu führen.



Probleme sind hier:

- Dauerhaft dran bleiben und nicht aufgeben.
- Rückschläge als Herausforderung annehmen.



Lösungsansätze aus der Praxis:

- Rückschläge als normal akzeptieren. Sie sind die Herausforderung für den Unternehmer, neue Wege auszuprobieren oder die Zielsetzung zu überarbeiten.
- Stolz über die eigenen Leistungen (der Mitarbeiter) zulassen. Über unsere Begeisterung erzählen und diejenigen „mitentzünden“, mit denen wir in Beziehung stehen (Interessenten, Lieferanten, Familie, Freunde, Mitarbeiter, künftige Mitarbeiter ...).
- Veränderungen zur Routine werden lassen: Veränderungsprojekte auf einer permanenten Liste halten und in Meilensteine aufteilen.
Werkzeugempfehlung: **Trello.com**



*Handwerkscoach
und Strategieberater
Thorsten Moortz*

FAZIT

Aktive Mitarbeitergewinnung hat in Zukunft etwas damit zu tun, wie attraktiv wir als Arbeitgeber in der Wahrnehmung der künftigen Mitarbeiter sind. Diese Attraktivität wird durch die Unternehmens- und Führungskultur bestimmt UND durch die Attraktivität der Aufträge und Leistungen, die das Unternehmen im Markt anbietet.

An neuen Geschäftsfeldern oder der nächst höheren Qualitätsstufe der vorhandenen Geschäftsfelder zu arbeiten, liefert also nicht nur höhere Erträge. Es hilft auch dabei, neue Mitarbeiter zu gewinnen.

Umsetzungs-Idee: Badmodernisierung

1. Nehmen Sie sich ein Geschäftsfeld heraus.
2. Ermitteln Sie die Anzahl der Bäder, die Sie derzeit bauen und den Auftragswert (Ausreißer nach Oben oder Unten weglassen).
3. Legen Sie fest, welche Auftragshöhe künftig Ihr Ziel ist (x Bäder mit mindestens x Auftragswert).
4. Schreiben Sie auf, welche Voraussetzungen dafür gegeben sein müssen, damit Sie diese Aufträge erfolgreich abwickeln können.
5. Entwickeln Sie aus der Abweichung zwischen den notwendigen Voraussetzungen und Ihrer derzeitigen Situation Ihren Aktivitätenplan.

Denken Sie daran: Ziel ist es zunächst, mit der gleichen Anzahl Mitarbeiter höherwertige Aufträge durchzuführen.

6. Wenn Sie die Voraussetzungen erfüllen, beginnen Sie aktiv, intensiv, konsequent mit der Vermarktung.

Service für LSH-Mitglieder

Auf der Internetseite www.werkbuch-marketing.de/Lsh052017 finden Sie den Artikel als Hörbuchvariante zum Download, eine Zusammenstellung von YouTube-Videos, Internet-Radioshows und Arbeitsmaterialien passend zu den vorgeschlagenen Themen.

Über den Autor

Thorsten Moortz ist Vortragsredner, Strategieberater und Coach für das Handwerk, Handel und Industrie. Er ist seit 1989 ausschließlich in der Baubranche aktiv.

Mit vielen Kunden arbeitet er über viele Jahre zusammen. Er sieht es als seine Stärke an, immer Problemlösungen für aktuell drängende Herausforderungen zu finden. Derzeit stehen bei ihm die Themen „Strategien gegen Internetvergleiche und Preisverfall“, „(Online) Kunden und Mitarbeiter finden und binden“ sowie „spannende Themen für bessere Auftragsquoten und schnellere Beratung“ im Fokus. Weitere Informationen und Arbeitsmaterialien unter www.moortz.de

DER LSH-EXPERTEN-BLOG!

Tipps, Themen und Trends aus der Branche

Wissen wird nicht weniger, wenn man es teilt. Darum finden Sie auf unserer Website seit kurzem auch einen Blog. Was ist das – ein Blog? Das Wort ist eine Mischung aus Logbuch und Tagebuch im Internet. In unserem Blog finden Sie praktisches und lesenswertes aus unserer Branche für Ihren Betrieb.

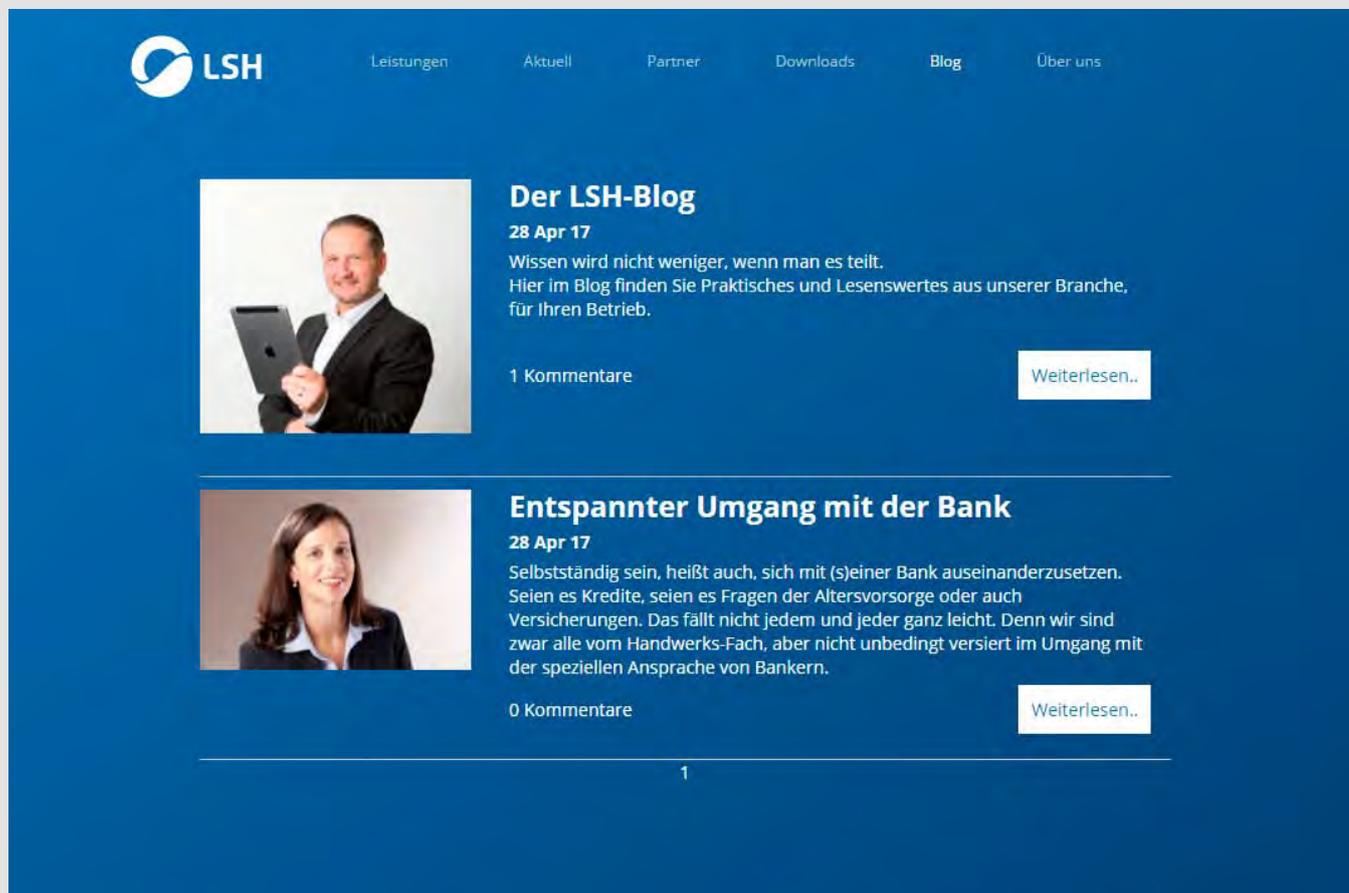
Diese Themen erwarten Sie, z. B.:

- Betriebswirtschaftliches und Banking, Kaufmännisches und Rechtliches
- Prozessoptimierung, z. B. Themen rund um Lager und Logistik
- Mitarbeitergewinnung, Mitarbeiterbindung und Führung
- Digitales Handwerk – Nützliches aus der Online-Welt für den Handwerksbetrieb
- Last but not least: Austausch unter Gleichgesinnten

Sie haben Ideen oder ein Thema, dem wir uns widmen sollen? Wir freuen uns über Ihre Anregungen.

Die ersten Beiträge sind schon veröffentlicht. Schauen Sie gern in unseren LSH-Blog unter:

<http://www.lsh.de/blog.html>



The screenshot shows the LSH website's blog page. At the top, there is a navigation menu with the LSH logo and links for 'Leistungen', 'Aktuell', 'Partner', 'Downloads', 'Blog', and 'Über uns'. The main content area features two blog posts. The first post is titled 'Der LSH-Blog' and is dated '28 Apr 17'. It includes a photo of a man holding a tablet and a 'Weiterlesen..' button. The second post is titled 'Entspannter Umgang mit der Bank' and is also dated '28 Apr 17'. It includes a photo of a woman and a 'Weiterlesen..' button. At the bottom of the page, there is a small number '1'.



Volles Haus im Empire Riverside Hotel in Hamburg bei der Vollversammlung 2017.

KIEZGEFLÜSTER UND INFOTAINMENT AUF DER LSH-VOLLVERSAMMLUNG 2017

Ein großes Highlight im LSH-Jahr: Die Vollversammlung – in diesem Jahr waren wir zu Gast im Empire Riverside Hotel in Hamburg, direkt um die Ecke der berühmt-berüchtigten Reeperbahn. Wie gewohnt, trafen die LSH-Mitglieder super-pünktlich zum Veranstaltungsbeginn im verregneten Hamburg ein. Doch das Wetter trübte keinesfalls die Stimmung!

Zahlen, Daten, Fakten und kurzweilige Vorträge zu Beginn

LSH-Geschäftsführer Ralf Thyraner eröffnete die Veranstaltung mit den „Hard Facts“ und zeigte sich zufrieden. Sein Vortrag stand unter dem Thema „Hochkonjunktur – wir sind dabei!“. Es gab einen Rückblick auf die LSH-Aktivitäten, wie z. B. die Zukunftswerkstatt und einen Ausblick auf zukunftsweisende Themen wie die Abrechnung nach Arbeitseinheiten statt Stundensätzen.

Zahlen, Daten und Fakten zum LSH-Jahr 2016



Bilanzsumme

1.007.122,75 €

Jahresüberschuss

1.940,80 €



Mitgliederzahlen 2016

Gesamt: 268

Eintritt: 28

Austritt: 5

„Digitale Unternehmen schlagen nicht-digitale Unternehmen“

Als nächster Redner nahm uns Jörg Bilz vom Softwareunternehmen pds ebenfalls mit in Richtung Zukunft – das große Thema Digitalisierung war an der Reihe. Seit über 20 Jahren ist Jörg Bilz in der Branche. Er ist ein Experte für Software im Bereich Sanitär und Heizung. Er weiß: „Dort, wo der Handwerker seine Leistung erbringt, hat er kaum Zugriff auf IT; er muss alles auf Papier schreiben.“

Das kann für den Betrieb und im Zweifel sogar für das Leben gefährlich werden – dies verdeutlicht Bilz schmunzelnd mit einer Anekdote: „Einem Handwerker sind auf dem Frankfurter Kreuz die Papiere von einem Windstoß auf die Straße getragen worden. Quasi unter Einsatz seines Lebens ist er über die Straße gelaufen, um alles wieder einzusammeln, damit er seine Rechnungen schreiben konnte.“

„Old-School“ nennt der Softwarespezialist Bilz diese Form der Papier-Arbeit. „Für die Generation Z – Ihre zukünftigen Arbeitnehmer – hat das Handy laut einer Umfrage die glei-

che Bedeutung wie ein Körperorgan. Das Smartphone als Connector zur digitalen Welt sorgt dafür, dass klassische Geschäftsmodelle auslaufen“.

4 Megatrends in der Branche

Jörg Bilz sieht für die SHK-Branche in den nächsten Jahren vier Megatrends:

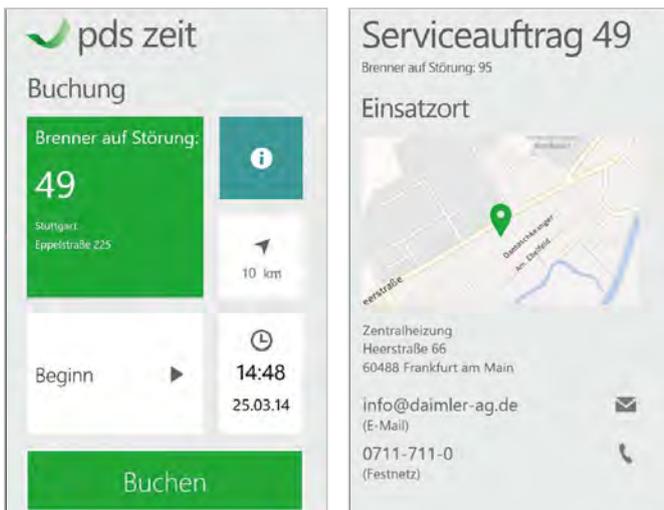
Clouds, Mobilität, Big data und Internet of things – was sollen uns diese großen Begriffe sagen? Der Zuwachs an Daten in den nächsten Jahren wird gigantisch sein – darauf muss man vorbereitet sein. Online Kühlschränke, die bei Leerstand eine automatische Bestellung auslösen. Oder Autos, die unbemerkt Daten vom Kfz und Fahrer übermitteln, sind längst in der Testphase. Die Digitalisierung steht nicht vor der Tür – sie sitzt schon auf dem Sofa.



Jörg Bilz von der Softwarefirma pds erläutert die Themen der Digitalisierung.

Die Zukunft hat auch im Fachhandwerk schon längst begonnen

Per Liveübertragung vom Smartphone auf die Leinwand zeigte Tobias Job (er heißt tatsächlich so), ebenfalls von pds, Wege auf, wie man die Digitalisierung willkommen heißt – und wie sie Ihnen als Fachhandwerker die Arbeit immens erleichtern kann:



Anfahrt, Navigation, Zeiterfassung und vieles mehr sind in der pds-App ganz einfach möglich.

- ✓ Anfahrt inkl. Navigation und gleichzeitiger Zeiterfassung
- ✓ Zeiterfassung für die Arbeiten vor Ort
- ✓ Eingabe der durchgeführten Arbeiten per Spracheingabe
- ✓ Checkliste für durchzuführende Arbeiten, die einfach abgehakt werden können
- ✓ Auftragsbelege (rechtssicher) direkt in der App auf dem Smartphone unterschreiben lassen und per E-Mail versenden

Das alles und viele weitere Funktionen sind keine Zukunftsmusik mehr, sondern bei digital aufgestellten Betrieben längst Alltag. Wie teuer das ist, wollten die Teilnehmer wissen. Die Antwort: Ab 15 Euro pro Monat ist so eine Lösung auch alles andere als teuer – die Ersparnis auf der anderen Seite für Administration und Logistik seien ungleich höher, so Jörg Bilz. „Digitalisierung ist eine Gelddruckmaschine“, sagte er abschließend.

WIEDEMANN und LSH für Sie

Auch Frans Soulier, seit 2014 Geschäftsführer von WIEDEMANN, warf den Blick in Richtung Zukunft. Er gewährte uns Einblicke in die strategische Planung des Hauses und machte deutlich, wie er die Entwicklung der Branche in den kommenden Jahren sieht: zunehmend herausfordernder und komplexer. Das Thema Digitalisierung steht bei WIEDEMANN ganz oben auf der Agenda: „Die geforderte Reaktionsgeschwindigkeit steigt durch das Internet. Der Anspruch an den Handwerker nimmt zu,“ hieß es in Frans Souliers Vortrag.

Unsere gemeinsame Zukunft

Er stellte deutlich heraus, dass WIEDEMANN sich gemeinsam mit der LSH als Partner des Fachhandwerks sieht, der dabei hilft, sich den Herausforderungen zu stellen. „Wir sind für Sie da, um Ihre Arbeit effizienter zu gestalten, Prozesskosten einzusparen, Ihr Dienstleistungsangebot zu erweitern und Ihr Unternehmen zukunftssicherer zu machen,“ versicherte er.



WIEDEMANN-Geschäftsführer Frans Soulier

„Die geforderte Reaktionsgeschwindigkeit steigt durch das Internet. Der Anspruch an den Handwerker nimmt zu.“

Begeisterung pur

Höhepunkt der Vortragsreihe am Nachmittag war Begeisterungsexperte Ralf R. Strupat. Er ist seit 14 Jahren selbstständig als Berater rund um die Themen Mitarbeiter und Führung, Veränderungskommunikation und Balance. Außerdem ist Strupat vierfacher Familienvater und Autor der Bücher „Das bunte Ei. Mit Kundenbegeisterung gewinnen“ und „Der Eiertanz: Mitarbeiter Begeisterung als entscheidender Führungsfaktor“.

Strupats 7 K ...

Konsequenz: Regeln sollten konsequent eingehalten werden. Statt Ausnahmen zu machen, sollte man Alternativen finden.

Konzentration: Nicht verzetteln und immer wieder Neues anfangen, sondern besser wenige Aufgaben und Projekte diszipliniert umsetzen.

Kommunikation: Kommunizieren und informieren wir in den jetzt guten Zeiten zu wenig, wird der Kunde dies uns in schlechten Zeiten (die sicher irgendwann wieder kommen werden) nachtragen und dann nicht mehr bei uns anfragen.

Klarheit: Wo will ich mit meiner Firma hin? Worauf kann ich mich spezialisieren?

Kultur: Welche Unternehmenskultur will ich leben? Danke und Bitte sollten keine Fremdwörter sein.

Kreativität: Seien Sie auffällig! Zum Beispiel mit farbigen Postlts auf Ihren postalischen Schreiben mit einer kurzen persönlichen Nachricht.

Kontrolle: Nicht beliebt, aber dringend notwendig. Denn ohne Kontrolle ist keine Verbesserung möglich. Auch Lob und Kritik sind oft nur im Anschluss an eine Kontrolle möglich.

Kurzweilig unterhielt Strupat das Publikum mit Anekdoten rund um Kunden, Mitarbeiter und Familie. Denn oft sind die „Fehler“, die wir in der Kommunikation machen, in allen Bereichen ähnlich. Das ein oder andere Begeisterungsgeheimnis durften wir aus diesem Vortrag mitnehmen.

Die meisten Fehler machen wir in guten Zeiten

Die häufigsten Fehler sieht Strupat in der Vernachlässigung der „7 K und 7 F“.

... und 7 F

Finden: Vor allem die richtigen Mitarbeiter. Mit den richtigen Mitteln – wie barrierefreie Bewerbungsverfahren, z. B. ganz einfach per WhatsApp statt mit langer schriftlicher Bewerbung.

Fördern: Einarbeitung und Schulung der Mitarbeiter muss viel Zeit eingeräumt werden. Das zahlt sich später aus.

Fordern: Klare Vorgaben für die Kundenkommunikation und Aufgabengebiete der Mitarbeiter machen. Strupats Tipp dazu: Einige dieser Regeln in den Arbeitsvertrag aufnehmen, wie z. B. in den Verträgen seiner Mitarbeiter „Der Kunde leidet nie“.

Feedback: Die meisten Chefs warten zu lange mit Feedback. Lob und Kritik sollten möglichst sofort erfolgen.

Feuern: Unternehmen entlassen viel zu spät und finden oft Gründe für den Aufschub einer Kündigung. „Ein einziger fauler Apfel kann das ganze Team verderben“, so Strupat.

Fair – man sieht sich immer zwei Mal im Leben. Also auch bei Kündigungen fair bleiben.

Feiern – „Wir feiern zu wenig“, sagt Strupat. Man muss auf das eigene Beziehungskonto einzahlen, etwas für sich tun – kleine Dinge mit großer Wirkung.



Ralf R. Strupat ließ die Gäste humorvoll an seinen Erfahrungen im Geschäftsleben teilhaben.

FAZIT:

Jeder hat seine eigenen Schwachpunkte in den 7 Ks und 7 Fs – es ist wichtig, sie zu kennen und daran zu arbeiten.



Zotige Geschichten und soulige Grooves zum Abend

Apropos Feiern – der Rest des Abends stand voll und ganz unter dem Motto von Strupats siebten F. Im Angie's gab es zur Einstimmung auf das Abendprogramm ein deftiges Buffet und spritzige Getränke. Danach blieb im Kiez-Musical „Heiße Ecke“ kein Auge trocken!

Der ganz normale Wahnsinn auf St. Pauli

Neun Darsteller nahmen uns in über 50 Rollen mit auf eine Kiez-Tour der besonderen Art. Am Tresen des Kiez-Imbiss „Heiße Ecke“ durfte das Publikum mit Hannelore und ihrer Imbiss-Crew einen Tag auf St. Pauli erleben: Schwere Jungs mit Ruhestandssehnsucht und leichte Mädchen mit großen Träumen. Junggesellenabschiede im Vollrausch und Touristen auf Abwegen. Das bunte Treiben auf der Reeperbahn wurde humorvoll musikalisch in Szene gesetzt.

Geballte Soulpower im Kult-Nachtclub

Zum Ausklang des Abends legte der Ein oder Andere im Angie's noch eine flotte Sohle auf das Parkett.

ZsuZsa & The Soulicious unterhielten die Tanzwütigen mit gewaltigen Stimmen. Hits von Chaka Khan, Bruno Mars, Whitney Houston u. v. m. ließen die Ausdauernden bis 4 Uhr morgens durchhalten.

Bewegende Geschichte und tolle Aussichten im Energiebunker

Trotz der rauschenden Ballnacht waren alle am nächsten Morgen pünktlich startklar für die Führung durch den Energiebunker.

Vom Kriegsbunker zum Ökokraftwerk

Im Sommer 1943 wurde der Bunker Flakturm VI in Hamburg Wilhelmsburg fertiggestellt. Er wurde von Zwangsarbeitern in nur 6 Monaten gebaut und sollte laut Propaganda 10.000 Menschen Schutz bieten – was allein aufgrund der Sauerstoffversorgung gar nicht möglich gewesen wäre, weiß man heute.

Im Jahr 1947 versuchten die Briten, den Bunker zu sprengen – und legten damit den Grundstein für die heutige Nutzung als Energiebunker. Denn die große Halle, die im Innern des Bunkers durch die Sprengung entstand, beherbergt heute das Herzstück des Energiebunkers: einen Wärmespeicher mit 2 Mio. Litern Fassungsvermögen.

Zukunftsweisende Versorgung

HAMBURG ENERGIE bezeichnet den Bunker als „Leuchtturm des Unternehmens und ein Beispiel dafür, wie die Energiewende in Hamburg gelingen kann“. Derzeit werden 1.600 Haushalte in Wilhelmsburg durch den Energiebunker mit Strom und Wärme versorgt – bis zu 3.000 sollen es in den kommenden Jahren werden.

Ein weiteres Highlight des umgenutzten Bunkers: Das Café vju in einem der 4 Flaktürme in 30 m Höhe mit einer wunderbaren Aussicht über die Stadt. Hier läutete Ralf Thyrrann das Ende der Veranstaltung ein – bei einer letzten Tasse Kaffee schwärmten die Teilnehmer von den tollen Erlebnissen der letzten 2 Tage auf der Vollversammlung und rätselten schon darüber, wo wohl die nächste Vollversammlung stattfinden könnte.



ÜBER DIE LSH GMBH

Die LSH-Leistungsgemeinschaft SANITÄR-HEIZUNG GmbH (LSH) wurde am 09.01.1986 gegründet. Ihre Aufgabe ist die Unterstützung der Fachhandwerker bei der Optimierung von Geschäftsprozessen und bei der Professionalisierung von Marketing- und Serviceleistungen.

Ein weiteres Ziel ist die Vernetzung untereinander: Über 270 innovative Fachhandwerker der SHK-Branche sind in der LSH zu einer starken Gemeinschaft zusammengewachsen.

Das LSH-Team unter Leitung von Geschäftsführer Ralf Thyrannt sorgt für wirkungsvolle, kreative und praxisgerechte Unterstützung in allen relevanten unternehmerischen Bereichen. Rahmenabkommen, kompetente Dienstleister und ein Vergütungsmodell runden die Leistungen der LSH ab. Die LSH hat ihren Sitz in Sarstedt, direkt am Hauptstandort der WIEDEMANN-Gruppe.

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

