

Menschliche Komponente

Fünf Vordenker kamen in die Malerblatt-Redaktion, um gemeinsam über die Zukunft des Malerhandwerks zu diskutieren.



Diskutierten beim Malerblatt über die Zukunft des Malerhandwerks (v.l.): Sylvia Tunat, Wolfgang Krauß, Andreas Becker, Sabine Gausemeier, Dietmar Ahle und Ulrich Schweizer.

Trinkgeldkönige haben soziale Kompetenz. Nein, das ist keine Spekulation, sondern möglicherweise einer der Schlüssel zu mehr Erfolg im Unternehmen. „Oft wundern sich Kollegen und der Chef, warum ein bestimmter Mitarbeiter bei Privatkundschaft am meisten Trinkgeld bekommt“, so Wolfgang Krauß. „Und dabei müsste man nur genau schauen, was besagter „Trinkgeldkönig“ anders macht und wie er mit den Kunden umgeht. Genau das müsste man dann auch den anderen Mitarbeitern beibringen, um mit dem gesamten Betrieb einen Schritt nach vorne zu machen.“ Aber

meist würden solche Chancen vertan. Im Gegenteil sei man eher beleidigt, auf jeden Fall aber neidisch, weil eben das meiste Trinkgeld wieder zu demjenigen floss, der augenscheinlich ein Naturtalent habe, die Kunden zufrieden oder gar glücklich zu machen.

Genau solche Erkenntnisse ergaben sich aus der streckenweise „wilden“ Diskussion in den Räumlichkeiten der Konradin Mediengruppe in Leinfelden, zu der auch das Malerblatt gehört. Viele neigen nun dazu, solche schnell in der Praxis umzusetzende Vorschläge zu unterschätzen oder gar sofort vom Tisch zu wischen, weil man auf eine

große, grandiose Idee wartet, mit der das eigene Unternehmen nach vorne katapultiert werden soll. Die meisten erfolgreichen Unternehmen kamen dorthin, wo sie sind, weil eben solche kleinen Tipps gesammelt, strukturiert und konsequent umgesetzt wurden.

Was war nun der gemeinsame Nenner aller Teilnehmer, die aus Hannover, Paderborn und aus Rott anreisten? Alle haben in ihrem Alltag mit vielen Menschen zu tun und lieben auch den Umgang mit ihnen. Manchmal denke man in den Betrieben bei den Menschen zuerst an die Kunden – und dabei lohnt ein Blick auf alle im eigenen Haus, wie Sabine Gausemeier betonte: „Jeder Chef sollte die Frage stellen, was das Besondere ist, das sein Betrieb hat, womit der sich abheben kann, wie und wo er die Stärken seiner Mitarbeiter einbringen kann.“ Sylvia Tunat sieht ein Bedürfnis der Mitarbeiter, sich persönlich zu engagieren und das einzubringen, was man kann und was einem Spaß macht: „Was bei den Menschen im Inneren geschieht, das möchte sich im Äußeren ausdrücken. Und nur das, was ich in mir trage, werde ich auch draußen erfolgreich umsetzen können.“

Heiß diskutiert wurden in Leinfelden auch die Institutionen, von denen der Unternehmer Unterstützung erwartet, diese aber manchmal nicht bekommt – oder die Hilfe nicht abholt, obwohl sie ihm zusteht. Wolfgang Krauß sieht einen Wandel: „Heute haben wir verstärkt Unternehmer, die genau selektieren und schauen, was ihrem Betrieb etwas bringt. Und das geht



Sabine Gausemeier

Fotos: Ulrich Schweizer



Dietmar Ahle

oft zu Lasten der Innungen und Verbände, die eben ein umfassendes Standardangebot haben, doch im Einzelfall eben nicht das, was zur Lösung eines bestimmten Problems im Unternehmen benötigt wird.“ „In einem ähnlichen Dilemma stecken wir natürlich auch mit den Fachzeitschriften“, so Ulrich Schweizer. „Wir bringen Fachinformationen in den Heften rüber, doch eben nicht genau diejenige Information, die im Alltag genau dann ankommen, wenn sie benötigt werden.“ Andreas Becker sieht als Ursache ein Stück weit das Überangebot: „Informationen gibt es überall, vor allem auch

im Internet – und die Maler sind nicht mehr so nah bei den Innungen wie früher.“ Dietmar Ahle sieht die Unbeweglichkeit der Strukturen als Grund dafür, dass die Unternehmer sich nicht selten von den Organisationen entfernen: „Für mich sind die Kreishandwerkerschaften das Problem – die agieren oft so, als wären sie von gestern. Aber auch mit den Innungen kommen wir an manche Betriebe nicht mehr heran. Bestimmte Veranstaltungen können wegen mangelndem Interesse nicht mehr stattfinden.“

Nicht wenige Menschen scheinen sich in den alten Strukturen nicht mehr zu Hause zu fühlen, weil sich diese eher an den „harten Faktoren“ orientieren. „Wir haben in der Gesellschaft alles, außer unserem körperlichen und auch unserem psychischen Wohlempfin-



Wolfgang Krauß

den“, so Sylvia Tunat. Gibt es also Bedürfnisse, die von den Institutionen in ihrer jetzigen Form nicht befriedigt werden? Sylvia Tunat bestätigt diese Vermutung: „Trends sagen immer, was den Leuten fehlt.“

Dass ein Trend alleine jedoch noch nicht genügt, sondern auch als Chance erkannt und vermarktet werden muss, das betonte Sabine Gausemeier: „Das müssen wir kommunizieren und den Handwerker ausdrücklich darauf hinweisen. Die Unternehmer sind in der Regel wenig marketinggetrieben.“

Die „weichen“ Faktoren scheinen auch im Handwerk immer wichtiger zu werden, die Annahme, dem Messbaren und Vergleichbaren immer Priorität



Sylvia Tunat

einzuräumen, könnte antiquiert sein und für den Weg in die Zukunft eher nicht taugen. Sogar Reklamationen können entschärft werden, wenn man von den angeblichen oder tatsächlichen Mängeln die Brücke schlägt zum Verhaltenscodex und an das Gewissen appelliert, so Dietmar Ahle: „Es hilft manchmal, die menschlichen Komponenten anzusprechen und bei ungerechtfertigten Reklamationen genau das deutlich zu formulieren, was man in diesem Moment fühlt: Das ist nicht fair!“

Welche Fragen der Runde von Malerblatt-Lesern im Vorfeld gestellt wurden, welche Aussagen von den Teilnehmern des Runden Tisches noch gemacht wurden, darüber wird das Malerblatt weiter berichten.

Ulrich Schweizer



Andreas Becker

PRAXISPLUS

Die Teilnehmer der Redaktionsrunde, die beim Malerblatt über die Zukunft des Malerhandwerks diskutierte:

- Dietmar Ahle, Malermeister Ahle GmbH, Paderborn
www.malermeister-ahle.de
- Andreas Becker, Kanzlei Becker, Hannover
www.anwalt24.de
- Sabine Gausemeier, gausemeierPR, Paderborn
www.gausemeier-pr.de
- Wolfgang Krauß, BfH Beratung fürs Handwerk, Rott
www.beratungfuershandwerk.de
- Sylvia Tunat, Geomantie und Gestaltung, Rott
www.tunat.de
- Ulrich Schweizer, Malerblatt, Leinfelden
www.malerblatt.de