

16. Jahreshauptversammlung der Meisterteam LGF:

Handwerkskooperation startet Marketing-Offensive

In die bundesweite Marketing-Offensive geht jetzt die Meisterteam LGF GmbH, Hamburg. Auf der Jahreshauptversammlung in Hannover Ende März stellte Undine Heinrich, Prokuristin der Handwerkskooperation, das neue Konzept vor, das zusammen mit der Wuppertaler Marketing-Agentur Thielenhaus & Partner erarbeitet worden ist.

Die langfristig angelegte Zwei-Säulen-Strategie umfaßt ein Programm zur bedarfsgerechten Unterstützung der Mitgliedsbetriebe bei der lokalen Marktbearbeitung sowie eine bundesweite Dachkampagne zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades, zur Bedarfsweckung und zur Nachfragelenkung bei Endkunden. Bei der lokalen Marktbearbeitung stehen die Gewinnung von Neukunden, die Pflege von Altkunden, der Image-Transfer mit Markenprodukten und die Verkaufsaktivierung der Kundendienstmitarbeiter im Mittelpunkt.

Als erste Maßnahme stellte das Meisterteam seinen Mitgliedern zur Hauptversammlung einen Fragebogen zur betrieblichen Selbstdiagnose vor, der den Mitgliedern anhand von elf Bewertungskriterien ermöglicht, ihren Betrieb auf den Marketing-Prüfstand zu stellen. Undine Heinrich zum Hintergrund der neuen Initiative: „Markt- und Kundenorientierung entscheiden zunehmend über Erfolg und Zukunftschancen. Die ordentliche Erbringung handwerklicher Leistungen reicht auf lange Sicht nicht mehr aus. Wer im immer härteren Wettbewerb bestehen will, ist auf die Methoden und Instrumente professioneller Marktbearbeitung angewiesen. Hier setzt unsere neue Offensive an, die das bisherige Leistungsangebot mittelfristig zu einem schlüssigen Gesamtkonzept erweitern wird. Wir wollen unsere Mitglieder dabei mit ‚fertigen‘ Aktionsbausteinen unterstützen, die mit geringem Aufwand von den Betrieben

umgesetzt werden können.“ Als nächsten Schritt werde man das neue Marketing-Konzept ausgewählten Vertriebspartnern aus Industrie und Großhandel vorstellen und diese zur aktiven Mitarbeit einladen.

Die Meisterteam LGF GmbH, der bereits über 700 Handwerksfachbetriebe aus der Holz- und Kunststoffverarbeitung, der Glaserei und dem Metallbau

und Montagerichtlinien, Rollädenkästen“.

Ein Thema, das viele im Vorfeld mit Spannung erwartet hatten, war die Diskussion zum Thema „Meisterteam-Gewinnsteigerungskonzept – zusätzliche Märkte erschließen“. Innerhalb der Handwerksgemeinschaft hat sich vor gut einem halben Jahr unter der Leitung der Vossenkuhl Management



Eine neue Marketing-Offensive präsentierte das Meisterteam seinen Mitgliedsbetrieben

als stille Gesellschafter angehören, bietet seinen Mitgliedern eine breite Leistungspalette, die von Inkassodienst über Finanzberatung, Einkaufspools und EDV bis zur bedarfsgerechten Weiterbildung reicht.

Erfahrungsberichte

Die Hauptversammlung bot den Teilnehmern auch eine Reihe interessanter Fachvorträge, z. B. zu den Themen „Neuere Entwicklungen im Bauvertragsrecht“, „Schallschutz“, „Ein Gutachter bezieht Stellung zum Thema Fenster – Haustüren, Konstruktionen

Training AG eine Kooperation von neun Metallbaubetrieben mit dem Ziel zusammengeschlossen, gemeinsam an den Markt zu treten, um Rendite zu erwirtschaften. Frau Doris Buchberger, Geschäftsführerin des Metallbaubetriebes Fritz Feldbrügge GmbH stellte in ihrem Bericht klar und deutlich heraus, daß es innerhalb dieser Gruppe darum geht, neben der zu erwirtschaftenden Rendite, die Kernkompetenzen der einzelnen Betriebe zu nutzen.



Rund 40 Lieferanten zeigten den knapp 450 Teilnehmern ihre Produkte

Was bedeutet das in der Praxis? Diesen Betrieben ist klar, daß der Markt enger, der Preisverfall weiter vollzogen, die Arbeit im unproduktiven Bereich größer und die Auslastung der Betriebe problematischer werden. Darüber hinaus befindet sich die Technik in einem immer schnelleren Wandel, werden Fachkräfte zum Engpaß und in bezug auf Liquidität und Rendite wird die Situation ebenfalls nicht einfacher.

In einem 3tägigen Managementtraining haben sich diese neun Betriebe die Aufgabe gestellt, das Profil und die jeweiligen Stärken der einzelnen Betriebe herauszuarbeiten. Diese Kernkompetenzen, die jeder Betrieb vorzuweisen hat, werden jetzt gegenseitig genutzt – und mittlerweile werden Aufträge im 7stelligen Umsatzbereich abgedeckt.

Lukrativer Bonus

Nach dem von Geschäftsführer Otto Klemp vorgetragenen Geschäftsbericht betrug der zentralregulierte Umsatz der Meisterteam LGF im Jahr 1999 85,6 Mio. DM, knapp ein Prozent weniger als im Vorjahr. Dennoch konnte durch ein sehr strenges Kostenmanagement ein ausgeglichenes Ergebnis erzielt werden. Der Nettozuwachs an Mitgliederneuzugängen beläuft sich 1999 auf 32 Betriebe. Der höchste Bonuscheck, den ein Mitglied mit nach



Hauptgewinn bei der nächtlichen Tombola der 16. Jahreshauptversammlung war ein VW Polo – er ging an das Ehepaar Pritzkeleit

Bilder: Meister-team/Techno Press

Hause nehmen konnte, bezifferte sich auf 37 377,01 DM. Insgesamt wurde ein Bonus in Höhe von 2,7 Mio. DM an die stillen Gesellschafter des Meisterteams ausgezahlt. Neben Einzelaktivitäten, wie z. B. der Durchführung von Mitgliederstammtischen, dem Strom-Pool, über den bereits bis dato 2,3 Mio. kWh abgerechnet wurden, dem Umweltprojekt „Modul“, den Erfa-Treffen, der Durchführung von Seminaren oder dem Entwurf der neuen Meisterteam-Berufskleidung, ging Klemp auf das Thema „Mitarbeitermotivation“ ein.

„Motivieren Sie alle in Ihrem Unternehmen tätigen Personen. Binden Sie

diese in Ihre Zielvorstellungen mit ein. Vergessen Sie nicht, daß auch hier der Grundsatz gilt: Jede und jeder sollte bei sich selbst anfangen.“ Nur wer selbst motiviert sei, könne andere begeistern. Dies sei eine wesentliche Voraussetzung für wirksame Mitarbeitermotivation, die

- unternehmerisches Denken und Handeln fördere,
- Teamgeist entstehen und wachsen lasse,
- die Bereitschaft zur laufenden Qualifizierung wecke und steigere,
- Innovationen im Kleinen wie im Großen begünstige,
- Wege zur Übernahme von (mehr) Verantwortung öffne,
- das Ansehen innerhalb des Betriebes steigere und insgesamt
- eine positive persönliche Entfaltung bei der Mitarbeit ermögliche.

Weiteres Thema des Geschäftsberichtes war die Entwicklung der gewer-

keübergreifenden Zusammenarbeit der Handwerker in Kooperationen. Hier gilt es, „von der Planung bis zur Ausführung alles aus einer Hand“ zu bieten.

Begleitend zur Hauptversammlung fand ein Lieferanten-Forum statt, in dem annähernd 40 Aussteller die Gelegenheit nutzten, ihre Produkte bzw. Dienstleistungen den Meisterteam-Mitgliedern zu präsentieren.

Marktaktive Betriebe, die an einer Mitgliedschaft interessiert sind, können ausführliche Informationen und die Selbstdiagnose „Zukunftssicherung durch Marketing: Wie fit ist Ihr Betrieb?“ kostenfrei anfordern bei: Meisterteam LGF GmbH, Rotenhäuser Str. 12, 21109 Hamburg, Tel. (0 40) 7 53 40 91, Fax (0 40) 7 52 20 19, info@meisterteam.de