

Holz-Alu-Forum in Stuttgart

Von der Tradition über die Variation zur Innovation

Das Holz-Alu-Forum (HAF), der Zusammenschluß interessierter Fachkreise von Verarbeitern, Systemgebern, Maschinen- und Werkzeugherstellern, Materialzulieferern, EDV-Systemhäusern sowie Verbänden und Institutionen, lud vor einigen Wochen zu einer ganztägigen Informations- und Diskussionsveranstaltung ein.

Über 120 Teilnehmer waren der Einladung gefolgt, um sich über Fachfragen und Strategien in der Betriebsführung zu informieren. Zusätzlich zu den Vorträgen konnten sich die Besucher auch im Foyer des Veranstaltungsraumes informieren, wo Präsentationsstände mit Exponaten und Unterlagen aufgebaut waren.

Mit großer Freude begrüßte der HAF-Vorsitzende, Prof. Dr. h. c. Klaus Layer, die zahlreich erschienenen Gäste und HAF-Mitglieder. Er sprach Rainer Schanz, dem Fensterbau-Projektleiter, und der Stuttgarter Messe seinen besonderen Dank für die Ausrichtung der Veranstaltung und für die großzügige Unterstützung bei der Stuttgarter Fensterbau-Ausstellung aus. Layer betonte am Beispiel der Messe Fensterbau die Notwendigkeit und gegenseitige Befruchtung von Partnerschaften und guter Zusammenarbeit. Gerade im vorgestellten „Strukturkonzept 2000“ sei die Zusammenarbeit ein wesentlicher Faktor, wo verschiedene Bereiche wie Öffentlichkeitsarbeit, Recht, Technik und Betriebsführung für HAF-Mitglieder bearbeitet werden. „Das Holz-Alu-Forum ist für seine Mitglieder da, fordern Sie uns“, betonte Klaus Layer

vor den Versammelten. Im Sinne des vorgestellten Strukturkonzept 2000 will das HAF seinen Mitgliedern eine ganzheitliche Betrachtungsweise bei der Betriebsführung vermitteln.

Als neues Medium für die Mitglieder-Kommunikation stellte er bei dieser Gelegenheit den „Durchblick“ vor, eine neue Broschüre, die als „Organ und Sprachrohr“ des HAF zweimal jährlich erscheinen soll.

Komplexere Berufsbilder

Neben Layer sprach u. a. der Jurist und Sprachwissenschaftler Dr. Dr. Manfred Betz aus Heidelberg über „Die Gestaltung des Marktes“. Ausgehend von der ständig steigenden Zahl von Insolvenzen untersuchte er die Ursachen dieser Entwicklung. Es ging dabei um die Frage, wie das Handwerk in den Medien wahrgenommen werde und welche Aussagen darüber gemacht würden. Betz konstatierte ein Mißverhältnis zwischen der schlechten Auftragslage und dem nicht adäquaten Umgang damit. Überhaupt hätten sehr viele Betriebe das „Königstum“ des Kunden noch nicht voll erkannt, sondern „man wartet weiter passiv darauf, daß der Kunde mit seiner Be-

dürftigkeit zu den Fachbetrieben kommt“, so der Referent. „Schon jetzt und noch verstärkt in der Zukunft wird das die Konkurrenz am Markt aber nicht mehr zulassen“, so seine Feststellung. Während die fachliche Qualifikation und Kompetenz des Handwerkers vom Kunden ebenso als selbstverständlich vorausgesetzt würden, wie eine Fenstertechnik auf dem aktuellen Stand, müsse der Handwerker sich heute selbst darstellen und interessante kommunikative Angebote machen. Dabei setze die Fassadengestaltung der Zukunft den ganzheitlichen Betrieb voraus, dem immer komplexere Berufsbilder entsprechen. An die Seite von handwerklichem Können und betriebswirtschaftlichem Know-how trete vermehrt ein adäquates Zugehen auf den Kunden, das als Teil eines umfassenden Serviceprogramms – Just-in-Time – verstanden werden müsse, und eine Öffentlichkeitsarbeit verlange, die alle Möglichkeiten der Selbstdarstellung ausschöpfe. „Die betrieblichen Bereiche müssen intensiver kommunikativ vernetzt werden, so daß das Selbstverständnis und die öffentliche Darstellung des Handwerksbetriebs als glaubwürdige Einheit in der Öffentlichkeit Bestand hat.“ Indem



Zwei, die sich für das Holz-Alu-Forum stark machen: Josef Schmid und Klaus Layer



*Der Jurist
Manfred Betz
referierte über
die Gestaltung
des Marktes und
den Umgang mit
Kunden*

die Produktions- und Dienstleistungsabläufe in ihrer multifaktoriellen Komplexität dem Kunden transparent gemacht würden, könnten ihm die Gestaltungsvorschläge unter dem Gesichtspunkt detaillierter endgültiger Preise zum großen Teil überlassen werden, ohne ihn dabei mit technischen Daten zu überfordern. „So kann das Kundenvertrauen aufgebaut werden – die unumgängliche Prämisse für eine präzise Marktgestaltung im Handwerk.“ Kommunikation bedeute im weitesten Sinn den sprachlichen Austausch. Dabei sei Sprache keineswegs identisch mit Sprechen, sondern meine darüber hinaus alle Prozesse, die der menschlichen Interaktion einen sinnvollen Zusammenhang garantierten. In diesem Sinn empfahl Betz, auf die Kunden zuzugehen und sie zu fragen, was man für sie tun könne. Erforderlich seien ganzheitliche Problemlösungen und Planungshilfen für den Kunden, in deren Rahmen sich der Betrieb immer wieder mit seinem Logo als Corporate Identity darstellen könne. Hierbei seien Termintreue und die absolut funktionierende Technik eine Selbstverständlichkeit. „Der Kunde und seine Bedürfnisse müssen im Mittelpunkt stehen. Natürlich spielen auch das Erscheinungsbild und das Auftreten der Mitarbeiter beim Kunden eine wesentliche Rolle, ebenso wie der partnerschaftliche Umgang des Chefs mit seinen Mitarbeitern“. Daß Traditionen häufig als Rechtfertigung für nicht mehr zeitgemäße Strukturen erhalten, erscheint dem Referenten ebenso überholt wie das Arbeiten mit „Technik-Prospekten“ oder überladenen Faltblättern.

Manfred Betz formulierte vielmehr den Dreiklang: „von Tradition über Variation zur Innovation“.

Selbstverständlich stand bei all diesen Gedanken das Holz-Alu-System, als besonders hochwertig und innovativ, im Mittelpunkt von Beispielen und Diskussionsbeiträgen. Vielfach wurde die ausgereifte Technik, die Formen- und Gestaltungsvielfalt angesprochen. Die Empfehlung des Referenten: „Verwenden sie möglichst positiv besetzte Begriffe, wie ‚Natur‘ oder ‚biologisch‘ im Gespräch mit dem Kunden, gegebenenfalls ‚antithetisch‘ zu Behauptungen von Mitbewerbern oder über Konkurrenzprodukte.“ Keinesfalls solle der „Problempunkt Verkauf“ über den

Preis verfolgt werden, vielmehr sei die Argumentation mit „Vorteilen für den Kunden“ die richtige Strategie.

In der anschließenden lebhaften Diskussion ging es u. a. um die Frage, warum in der Branche derartig elementare Erkenntnisse nicht längst umgesetzt worden seien. Die Antwort mit dem Tagesgeschäft und auch einem gehörigen Teil fehlender Selbsteinsicht der Betriebe dürfte der Wahrheit ziemlich nahe gekommen sein. Auch bei derartigen Problemstellungen bietet das Holz-Alu-Forum den Mitgliedsbetrieben Hilfestellungen an.

Programmierbarer Erfolg

Das Thema des folgenden Vortrags lautete: „Erfolg ist programmierbar – sechs Regeln zum garantierten Erfolg“. Der Marketing-Experte des HAF, Michael Tondorf aus Heidelberg, begann seine Ausführungen zunächst mit Lockerungs- und Konzentrationsübungen, die die Zuhörer nach der Mittagspause wieder in Schwung brachten. Ausgehend von der Aussage, daß in fünf Jahren alles anders sein werde und deshalb kein Unternehmen so bleiben könne, wie es ist, empfahl er zur Bewältigung der kommenden Aufgaben, nach neuen Wegen zu suchen. Tondorf sieht die Zielsetzung – speziell für Holz-Alu-Verarbeiter – darin, die Wettbewerbsvorteile zu formulieren, das Image des Betriebes und der Materialkombination zu steigern und so die Zukunft zu sichern. Der Referent erläuterte die sechs Komponenten des Erfolgs und untermauerte diese jeweils anhand von Beispielen. „Klar, daß in der Servicewüste Deutschland, der Kunde, der gelegentlich die betriebliche Ruhe stört, als absoluter Negativbegriff gesehen wird. Dagegen gilt es eine Beziehung zum Kunden aufzubauen und diesen als Partner zu betrachten“, so der Referent. Als Strategie müßten alte, ungenügende Verhaltensmuster aufgegeben werden und der Handwerker müsse sich als Mensch darstellen. Der Kunde entscheide etwa zu 95 Prozent emotional, während Fakten nur etwa 5 Prozent zum Verkaufserfolg beitragen. Da sich das Kommunikationsverhalten der Kunden, z. B. durch Handy und Internet, sehr stark verändert habe, sei es wichtig sich diesen Veränderungen anzupassen. In diesen Zeiten großer Veränderungen



„Ohne Mut zu entwickeln, geht gar nichts“, so Michael Tondorf, der Marketing-Experte des HAF Bilder: Reiner Oberacker

spiele natürlich auch die Selbstkritik der Handwerker eine wichtige Rolle. Diese sei wesentlich besser dem Kunden gegenüber, als Ausreden zu finden, was auch als „sich selbst ins Ausreden“ verstanden werden könne. Die letzte Komponente der sechs Punkte war die Courage. „Ohne Mut zu entwickeln, geht gar nichts“, so Michael Tondorf. Er stellte fest, daß die Zukunft noch nicht begonnen habe. „Lernen Sie von den Erfolgreichen“, war sein abschließender Rat.

Konstruktion als Markenzeichen

Wie immer bei HAF-Veranstaltungen gab es auch diesmal einen Vortrag zur Fenstertechnik: „Innovationen der Fenstertechnik – die Verbundlösung“ war das Thema von Prof. Josef Schmid, von FSP – Froelich-Schmid-Partner aus Rosenheim. Einleitend ging er auf seine Vorredner ein und betonte die Wichtigkeit von Technik und Fachwissen als unverzichtbare Basis für das Verkaufen, insbesondere in Gesprächen mit Architekten. Entgegen den früheren Handlungsweisen, wo Normen Rezepte darstellten, gehen die europäischen Normen neue Wege, die Entwicklungen und eigene Ideen

begünstigten. Konstruktionen und Details würden möglich, die das Markenzeichen eines Herstellers sein könnten. Über Einbauprobleme bei Fenstern, 10 %-Isotherme und raumseitige Feuchtebelastung kam Schmid zu einem erneuten Plädoyer für Montagezargen und auf die Notwendigkeit geplanter Zu- und Abluftführung in modernen dichten Gebäuden. „Der Fensterbauer kann das Problem von Tauwasser oder gar Eis im Falz nicht lösen“, so Schmid. Für ihn gebe es in der Frage der Tauwasserbeseitigung an Fenstern einen Zielkonflikt mit der Energieeinsparverordnung. Bei monolithischer Bauweise im Wand- und Fensterrahmenbereich machte Schmid große Probleme aus, die steigenden Anforderungen an den Wärmeschutz zu erfüllen. Er sieht deshalb die Notwendigkeit, mehrschalige Systeme einzusetzen und im Fensterbau das sogenannte „Schichtenmodell“ anzuwenden. Hier übernimmt die äußere Schicht die Funktion des Wetzschutzes. In der Mitte liegt die Funktionsschicht, die die technischen Anforderungen erfüllt, und die innere Schicht fungiert als reine Dekorationsschicht. Das Holz-Alu-System sei ein sehr guter Ansatz in diese Richtung und solle weiterentwickelt werden. Hier prognostizierte der Referent durch klare Konstruktionen, möglichst im Baukastensystem, gute Zukunftschancen. „Nach zukünftigen EU-Normen wird konstruktiv alles zugelassen, was funktioniert“, so Schmid. Bei der Einbindung des Fensters in die Haustechnik, die nicht anderen Gewerken überlassen werden sollte, sehen Schmid und das Holz-Alu-Forum interessante und wirtschaftlich lukrative Aufgabenfelder.

Nach den Referaten mit ihren vielen Informationen, Anregungen und Ideen dankte der HAF-Vorsitzende Klaus Layer den Referenten und dem Publikum. An die interessierten Mitglieder erging das Angebot zur einzelbetrieblichen Unterstützung und zu individuellen Problemlösungen. „Das HAF wird seinen Mitgliedern in schwierigen Zeiten ein verlässlicher und kompetenter Ansprechpartner sein“, betonte Layer. Daß die entsprechenden Fachleute zur Verfügung stehen, das hat auch diese gelungene HAF-Veranstaltung in Stuttgart wieder eindrucksvoll demonstriert.

Reiner Oberacker