

ZUKUNFTS LETTER

Der Zukunftsletter gibt ausschließlich die aktuelle Einschätzung des Autors Dr. Eike Wenzel, Institut für Trend- und Zukunftsforschung, wieder.

1. Fachkräftemangel bekämpfen: Acht einfache Maßnahmen

Ein solides Fachkräftemanagement sollte zu Ihren Führungsaufgaben mit höchster Priorität gehören. In den vergangenen Jahren hat sich herausgestellt, dass immer mehr junge Fachkräfte direkt nach Abschluss ihrer Ausbildung bzw. nach wenigen Jahren Berufstätigkeit den Handwerkssektor verlassen. Die Industrie stellt für den Handwerkssektor den größten Konkurrenten hinsichtlich der Abwerbung und Bindung junger Fachkräfte dar. Aber auch mangelnde Flexibilisierung der eigenen Arbeitsabläufe schreckt häufig viel versprechende Kandidaten ab.

Acht Maßnahmen, mit denen Sie gegensteuern können:

- 1. Frauen möchten höher einsteigen:** Die Zahl der Frauen, die auch in Handwerk und Kleinunternehmen flexibel arbeiten möchten, nimmt stetig zu. Und immer mehr Frauen sind auch bereit, ihre durchschnittliche Wochenarbeitszeit von weniger als 18 Stunden zu erhöhen. EU-weit ist jede fünfte Frau daran interessiert, länger zu arbeiten.
- 2. Ältere können einen entscheidenden Beitrag zur Fachkräftesicherung leisten:** Immer mehr Menschen jenseits der 60 Jahre sind bereit, weitere Jahre im Beruf dranzuhängen, wenn es die Gesundheit erlaubt. Erkundigen Sie sich, wie Sie „Senior Talents“ zur Fachkräftesicherung in ihre Arbeitsabläufe einbauen können. Bieten Sie nach Möglichkeit flexible Einstiegsmöglichkeiten an. Binden Sie erfahrene und verdiente Mitarbeiter mit flexiblen und „beratenden“ Tätigkeitsprofilen.
- 3. Gering Qualifizierten eine zweite Chance geben:** Es könnte sich für Sie

auszahlen, Menschen eine neue Chance zu geben, die schon einmal in ihrer Berufskarriere gescheitert sind. Denken Sie über interne „Spätstarter“- oder „Schnellstarter“-Programme nach und informieren Sie sich über Unterstützungsprogramme der öffentlichen Hand.

- 4. Migranten vorausschauend integrieren:** Ausländer und Zuwanderer werden in den kommenden Jahren für die Mitarbeiterrekrutierung immer wichtiger. Achten Sie genau, wie es um Sprachkenntnisse und gegebenenfalls niedrige Bildungs- und Berufsabschlüssen und die Anerkennung ausländischer Berufsqualifikationen bestellt ist.
- 5. Zeigen Sie frühzeitig Aufstiegsmöglichkeiten auf:** Erstellen Sie Karrierepläne gemäß den individuellen beruflichen Stärken und Neigungen der jungen Fachkräfte. Machen Sie deutlich, dass der Aufstieg in einem Handwerksbetrieb schneller vonstatten gehen kann als in der Industrie.
- 6. Selbstbestimmte Arbeitsorganisation:** Arbeiten in industriellen Großunternehmen kann monoton sein, man ist einer unter vielen. Machen Sie klar, dass das bei Ihnen nicht so ist: Fertigen Sie individuelle Analysen für Ihre Mitarbeiter an, in denen Sie ihnen zeigen, wie in Ihrem Betrieb eine persönliche Arbeitsgestaltung und schnelle Karriereentwicklung besser möglich ist.
- 7. Weiterbildungsmaßnahmen:** Machen Sie deutlich, wie Weiterbildungsmöglichkeiten über Ihren Betrieb aussehen. In regelmäßigen Mitarbeitergesprächen können sie individuelle Kompetenzfahrpläne erstellen. Machen Sie sich klar, dass gerade ihre jungen Fachkräfte

hohes Interesse an Weiterbildungen haben. Weiterbildungen werden darüber hinaus in den kommenden Jahren immer wichtiger, da in nahezu allen Gewerken und Branchen die Technisierung schnell voranschreitet. Gehen Sie deshalb großzügig und vorausschauend mit Freistellungen um.

- 8. Verhältnis zu den Kollegen:** Die gelungene Integration der Mitarbeiter ist bei der Rekrutierung von neuen Auszubildenden ein wichtiges Thema. Dazu gehören nicht nur Teambuilding-Maßnahmen, sondern auch regelmäßige Analysen der Integration der jungen Fachkräfte in den Kollegenkreis und Feedback-Gespräche.

2. Maßanfertigung: Zur Aktualität eines alten Trends

Individualisierte, respektive personalisierte Produkte rücken immer mehr in den Fokus des Handwerks. Maßgefertigte Schränke, Schuhe, Ringe, Betten oder Kuchen. Mit dem Handwerk verbinden viele Kunden das Besondere, mit Liebe und Aufmerksamkeit Hergestellte. Wem es gelingt, seine Käufer für Produkte zu begeistern, die diese einzigartige Ausstrahlung haben, wird mit treuen und zufriedenen Stammkunden belohnt.

- **Maßanfertigung suggeriert Qualität, Luxus und Einzigartigkeit:** Die Möglichkeit zur individuellen Anpassung an die eigenen Wünsche lässt die Kaufbereitschaft der Kunden steigen. Sie verschaffen sich dadurch nicht nur ein weiteres Alleinstellungsmerkmal, sondern dringen auch meistens automatisch in höhere Preissegmente vor. Durch Individualisierung erfolgt auch automatisch ein Konzeptwechsel: Weg vom reinen Verkaufen und hin zur individuellen Dienstleistung.

ZUKUNFTS LETTER

- **Bio, Regional, Handarbeit – individuelle Produkte verbinden sich mit vielen hochrelevanten Konsumtrends:** Eine Besonderheit vieler personalisierbarer Produkte ist der Qualitäts- und Nachhaltigkeitsanspruch. So werben viele Unternehmen mit Bio- oder Fair-Trade-Zutaten, andere – wie Schuh- oder Hemden-Maßschneider – mit echter Handarbeit.
- **Das Internet ist ein einzigartiger Marktplatz, auf dem individuelle Wünsche befriedigt werden können:** Zurzeit gibt es dort rund 800 Seiten und Portale (www.egoo.de), die ausdrücklich individuelle bzw. personalisierte Produkte anbieten. Der größte Nutzen für produzierende Handwerksunternehmen: Eigene Produkte lassen sich wahlweise österreichweit, bei Bedarf natürlich auch weltweit verkaufen
- **Individuelle Produkte rücken Ihre Kompetenzen in ein besonderes Licht:** Die meisten Menschen verbinden mit dem Handwerk genau das: ein individuelles Produkt, am besten noch von einer Person gefertigt, die man persönlich kennt. Kunden, die bei der Mehrzahl ihrer Kaufentscheidungen auf Standardprodukte angewiesen sind, sehen im handwerklichen Unikat etwas ganz Besonderes.

Fazit: Wenn Sie individualisierte Produkte anbieten, verschafft Ihnen das die folgenden Vorteile:

- **Erhöhte Zahlungsbereitschaft beim Kunden:** Es gibt kaum ein überzeugenderes Argument für höhere Preise als Individualität und Personalisierung. Kunden, die erkennen, das ihnen keine Standardware verkauft wurde, sondern ein Produkt ganz nach ihrem Geschmack, zahlen gerne mehr.
- **Intensive Kundenbindung:** Ihre personalisierten Produkte begeistern nicht nur ihre Abnehmer. Sie geben Ihnen auch die Möglichkeit, noch näher an den Kunden heran zu rücken, ihn besser kennen zu lernen und ihm auf dieser Basis zusätzliche Angebote machen zu können.

- **Hohe Weiterempfehlungsquote:** Produkte mit dem besonderen Etwas begeistern Kunden und animieren zum Weitersagen. Mit personalisierten Produkten ergibt sich für Sie die Chance, den effektivsten Marketingkanal zu nutzen, den es gibt: die Mundpropaganda.
- **Neue Erkenntnisse über die Nutzung Ihrer Produkte durch Auswertung der Kundenvorlieben:** Personalisierte Produkte sind das Ergebnis eines Vertrauensverhältnisses zwischen Kunde und Produzent. Entsprechend liefern sie auch ganz besondere Erkenntnisse über den Werte Ihrer Arbeit und die Wünsche Ihrer Kunden.
- **Imagevorsprung durch Kundennähe und Innovation:** Indem Sie auf Individualisierung setzen, zeigen Sie, dass Sie stets nach neuen Wegen suchen, Ihre Kunden zu begeistern. Sie präsentieren sich als Vorreiter und Experte, der keine Mittel und Wege scheut, um dem Kunden das bestmögliche Produkt zu liefern.

Gemeinsam ist man stärker, 7 Schritte zu mehr Umsatz durch Kooperation

Individualisierung auch hier. Aus Unternehmen, dem öffentlichen Sektor, aber auch vonseiten der Privatnutzer kommt immer häufiger die Nachfrage nach maßgeschneiderten Lösungen und Dienstleistungen. Der Hintergrund: Aus Zeitknappheit und um Abläufe zu vereinfachen, streben Kunden immer häufiger integrierte Lösungen und „Lösungen aus einer Hand“ an. Klugen Köpfen wird klar, dass eine solche Qualität häufig nur noch in Kooperation mit anderen Experten geliefert werden kann. Die Zusammenarbeit mit anderen Gewerken kann Ihre Zukunft nachhaltig sichern.

Sie können auf diese Herausforderung folgendermaßen reagieren (und dabei gleichzeitig ihre Umsätze steigern):

1. Ein sichtbares Netzwerk: Schließen Sie sich mit Kollegen aus bis zu fünf benachbarten Gewerken (Maler, Tischler, Elektriker,

Steinmetz, Installateur etc.) zu einer Kooperative zusammen. Präsentieren Sie sich über Ausstellungsräume und im Internet.

2. Im Dienste des Kunden: Durch die Kooperation machen Sie Ihrem Kunden gezielte und individualisierte Angebote und helfen ihm, Zeit- und Organisationsaufwand zu sparen.

3. Klare Kommunikation: Bei gemeinsamen Projekten übernimmt in der Regel der Kooperationspartner die Kundenkommunikation, der zuerst angesprochen wurde.

4. Kooperation schärft das eigene Profil: Kooperationen gestatten es Ihnen, eigene Kompetenzschwerpunkte noch besser herauszustellen und zu entwickeln. Wenn Sie als Maler Ihre Stärken in der Innenraumgestaltung sehen, brauchen Sie womöglich keine Projekte an Außenfassaden mehr anzunehmen.

5. Kooperation erleichtert die Akquise: Kommt die Kooperation richtig in Schwung, eröffnet Ihnen die Möglichkeit, weniger auf Ausschreibungen reagieren zu müssen. Und statt über Quadratmeterpreise abrechnen zu müssen, können Sie womöglich mit Pauschalen kalkulieren.

6. Kooperation kann massiv Umsätze steigern: Beispiele von solch unkomplizierten Kooperationen zeigen, dass mindestens fünf bis zehn Prozent eines Kunden auch für die Partner aus anderen Gewerken interessant sind. Unternehmen, die erfolgreich in Kooperationen arbeiten, erklären, dass sie ihre Umsätze dadurch bis zu 30 Prozent steigern konnten.

Aber Vorsicht!: Sie sollten nur mit vertrauenswürdigen Partnern zusammenarbeiten. Nicht selten scheitern Kooperationen bereits bei der fristgerechten Angebots- oder Rechnungsabgabe.

