

Mitreden, mitentscheiden

Jahrestreffen in Kassel ■ Am 20. und 21. Mai 2011 fand im Hotel „Aukam's La Strada“ in Kassel die Jahreshauptversammlung der SHK-Einkaufs- und Vertriebs AG statt. 240 Mitglieder kamen in die Universitätsstadt, um sich über die Geschäftsentwicklung und das aktuelle Leistungsangebot der Handwerkerkooperation zu informieren.

Die Verbundgruppe hat mit ihren rund 900 Fachhandwerksbetrieben im Geschäftsjahr 2010 ein zweistelliges Wachstum von 19,3% erzielt und damit den Branchendurchschnitt von 5,5% übertroffen. Ihr Unternehmen ist das bestverdienende unserer Branche.“ Mit dieser freudigen Botschaft präsentierte SHK-Vorstand Holger Kachel den teilhabenden Unternehmern gleich zu Beginn die bislang höchste Umsatzsteigerung seit Bestehen der Gemeinschaft. Als ursächlich für dieses positive Ergebnis wertete Kachel den Sachverhalt, dass immer mehr Betriebe die Möglichkeiten der Kooperation nutzen und erkennen, dass sie den am leichtesten zu erreichenden Vorsprung bedeutet. Diese Tatsache werde deutlich in einer wiederum höheren Ausschüttung in Form von Boni, Zinsen und Gewinn. Durch die Umsetzung von Verbundleistungen wie die Weiterbildungsangebote mit den Schwerpunkten „Strategisch Führen“ und „Strukturiert Verkaufen“, die Einführung des verbundeigenen

Organisations-Handbuches in Verbindung mit der Matrix-Zertifizierung und TÜV-geprüften Handwerksleistungen, die Teilnahme an den Systemmarken „Meister der Elemente“ und „Die Badgestalter“ erreichten die Betriebe Sicherheit im Wettbewerb und in ihrer Zukunftsausrichtung.

Spürbare Fortschritte erzielt

„Unternehmer aus Ihren Reihen haben sich diesen Herausforderungen gestellt und profitieren davon. Sie erreichen schnell spürbare Fortschritte in Verkauf, Betriebsablauf und Deckungsbeitrag“, so Kachel. Er appellierte an die Betriebe, die Verkaufs- und Führungseminare der SHK-Akademie intensiv in Anspruch zu nehmen. Gegenüber den Aktivitäten der Mitbewerber – großer Handelsorganisationen, Baumärkte, Internetverkauf sowie möglicher finanzstarker Seiteneinsteiger – könnten sich SHK-Mitgliedsbetriebe bestens behaupten. Kachel empfahl: „Vergrößern Sie gemeinsam mit Ihren Mitarbeitern den Erfolg

SHK-Vorstand Holger Kachel: „Im abgelaufenen Geschäftsjahr steigerte die Verbundgruppe den Gesamtumsatz mit ihren Lieferantenpartnern um 19,3%.“



Ihrer Firma und teilen sie den Erfolg mit Ihrem Team, sodass für alle mehr drin ist.“

Systemmarken stärken Kompetenz

Unabhängig, ob es um ein neues Bad oder eine neue Heizanlage gehe – für die Mitgliedsbetriebe gelte es, das eigene Profil noch deutlicher herauszustellen. Aus diesem Grund habe der SHK-Verbund damit begonnen, die Handwerksleistung als solche zu markieren und den Betrieben alle Werkzeuge an die Hand zu geben, um als Markenfürher Exzellenz und Dominanz in den regionalen Märkten zu entwickeln.

Das im Bereich Haustechnik bereits eingeführte Unternehmenskonzept „Meister der Elemente“ wurde aktuell zu einer Systemmarke hin erweitert. Die im Bereich Bad neu geschaffene Marke „Die Badgestalter“ erlebt in diesen Tagen ihre Markteinführung mit den ersten zertifizierten Betrieben. In beide Markenkonzeppte sind bis dato ca. 100 SHK-Mitgliedsbetriebe eingebunden.

„Die Zukunft sehen wir in unseren Marken“, führte der SHK-Vorstand hierzu aus. Teilhabe an diesen Marken bedeute: eine klare Betriebsorganisation, hohe Kundenfrequenz infolge klarer Markenbotschaften und einer breiten Marktkommunikation sowie hohe Abschlüsse in Quote und Ergebnis. Es gelte nun, die Zahl der Markenpartner konsequent zu vervielfachen, um in Deutschland flächendeckend präsent zu sein und dann auch überregionales Marketing betreiben zu können.

Interessante Workshops

Die Teilnehmer hatten die Gelegenheit, in acht Workshops neue SHK-Leistungen kennenzulernen und die Angebote mit den eige-



Auf der Jahreshauptversammlung in Kassel stimmten die Gesellschafter der Bilanz des Geschäftsjahres 2010 zu, das beste Ergebnis in der bisherigen Geschichte der SHK.



Die Preisträger des SHK-Badplanungswettbewerbs: links oben Michael Hoffmann, Florian Jung, Michael Schreiber, Andreas und Andrea Werner, Nico Skiba; links unten Claudia Elsässer, Ina Säuberlich, Lis Langen, Annette Jochmann-Aust mit SHK-Vorstand Holger Kachel.

nen betrieblichen Notwendigkeiten und Entwicklungsvorhaben abzugleichen.

- Mit dem Verhältnis des Chefs zu seinem Team im Handwerksunternehmen beschäftigte sich Dr. Michael Schreiber (SHK-Verbund). Er verglich dies mit dem Verhältnis eines Trainers zur Fußballmannschaft. Oftmals sei der Chef noch viel zu häufig selbst auf dem Spielfeld, anstatt als Trainer und Coach vom Spielfeldrand aus sein Team strategisch zu führen.
- SHK-Marketing-Chef Michael Hoffmann zeigte in seinem Vortrag Marketing-Strategien auf, die nicht nur den Kopf des potenziellen Kunden, sondern vielmehr dessen im Großhirn befindliches limbisches System erreichen sollen.
- Zum Thema „Aktive Online-Werbung“ erläuterte Henning Fischer von der Agentur Maxpartner die Nutzenaspekte von GoogleAdwords für das Handwerk.
- Über den aktuellen Stand der Systemmarke „Die Badgestalter“ informierte Markenbetreuer Frank Panhorst. An die 100 Betriebe seien mittlerweile eingebunden. 38 Betriebe verfügten über die Markenlizenz und sind mittlerweile als „Die Badgestalter“ im Markt präsent.
- Wie sich Betriebe durch Einsatz des SHK-Organisations-Handbuches in Verbindung mit der Matrix-Zertifizierung und dem TÜV-Siegel weitreichende Wettbewerbsvorteile verschaffen können, erklärte Unternehmensberater Werner Roth.
- Wie der Unternehmer mit einfachen Steuerinstrumenten aus dem BWA-Chefplanerplus den wirtschaftlichen Erfolg seines Unternehmens steigern kann, demonstrierte Heike Czalaun (Geschäftsführerin Zahlwerk). Mit nur 20 Minuten monatlichem Zeitaufwand erkenne der

Unternehmer, wo sein Unternehmensergebnis am Jahresende ankomme und wie sich sein Konto in den nächsten Monaten entwickeln wird.

- SHK-Vertriebsleiter Georg Lauinger zeigte auf, wie sich durch Einsatz des Energiespar-Rechners der Heizungsverkauf steuern und abschlussicher gestalten lässt.
- Interessant waren auch die Informationen von Steffen Piffkowski. Der SHK-Bereichsleiter informierte über Optimierungen hinsichtlich der Bonusstruktur und des Lieferanten-Portfolios.

Badideen aus der Praxis

Im Mittelpunkt der zwölften Ausschreibung des alljährlichen SHK-Planungswettbewerbs standen realisierte Kundenbäder, die eine besondere Integrationsleistung erkennen lassen. Hierzu zählen betont wohnliche Aspekte, Badrituale der Nutzer, die Dynamisierung des Raumes durch einen gezielten Wechsel zwischen Rückzug/Ruhe und Aktivität/Vitalisierung oder die Schaffung erlebnisdominanter Funktionszonen. Zu den Badplanern des Jahres gekürt wurden Claudia Elsässer, Florian Jung, Barbara Mentchen, Markus Pechanz, Ina Säuberlich sowie Andrea und Andreas Werner.

Eingebunden in das SHK-Jahrestreffen in Kassel war die bislang umfangreichste Lieferanten- und Dienstleistungsmesse mit 57 Ausstellern. Die interne Vollversammlung der Gesellschafter wurde satzungsgemäß abgehalten. Dr. Markus Merk, Weltschiedsrichter des Jahrzehnts, referierte am Samstagnachmittag noch zum Thema „Sicher entscheiden“ und gab Führungstipps für Handwerksunternehmer. Und zu guter Letzt wurden in alter Manier die Boni in Form von Schecks an die Gesellschafter übergeben. NS

→ DIE AKTEURE

Dr. Michael Schreiber:
„Chefs müssen mehr *am* statt *im* Unternehmen arbeiten.“



Michael Hoffmann:
„Marketing bedeutet Beziehungsmanagement treiben.“

Henning Fischer:
„Online-Marketing ist auch im Handwerk ein Muss.“



Frank Panhorst:
„Am 1. März sind die ersten 38 ‚Badgestalter‘ gestartet.“

Werner Roth:
„Das SHK-Orga-Handbuch sichert Wettbewerbsvorteile.“



Heike Czalaun:
„Controlling im Handwerk muss nicht kompliziert sein.“

Georg Lauinger:
„Heizungsverkauf lässt sich abschlussicher gestalten.“



Steffen Piffkowski:
„Konzentration auf SHK-Lieferantenpartner lohnt sich.“