

Neue Schnittstelle für Kalkulationshilfe

Über 14.000 Exemplare der Kalkulationshilfe für die elektro- und informationstechnischen Handwerke (KfE) werden jedes Jahr verkauft. Mit der neuen Schnittstelle ELDANORM 2000 können die ZVEH-Daten zur Angebotserstellung auch in Zukunft genutzt werden.

Vor wenigen Wochen wurde die neue ELDANORM 2000 präsentiert. Der ZVEH stellt dennoch sicher, dass die KfE-Daten für die derzeit am Markt platzierten Schnittstellen ELDANORM 1/96 und ZVEHNORM 1/96 noch für einige Jahre angeboten werden und damit in bestehenden EDV-Systemen lauffähig bleiben.

Die neue ELDANORM 2000 bringt darüber hinaus inhaltliche Verbesserungen in einer windows-orientierten Welt mit sich. Um die Vorteile der neuen Schnittstelle richtig nutzen zu können, empfiehlt sich auch die Anfrage an Material-Lieferanten, ab wann Materialdaten parallel zur Version 1/96 auch in der Satzstruktur ELDA-NORM 2000 angeboten werden. Ein gewisser Druck von Nutzerseite ist hier immer erforderlich.

Abgerundet wird das Softwareangebot des ZVEH durch das „LV“ – dem „Leistungsverzeichnis Elektroinstallation in Wohngebäuden und Gebäuden mit vergleichbaren Anforderungen“, das seit vielen Jahren in Zusammenarbeit mit der HEA angeboten wird. Es handelt sich hier um einen fachspezifischen Ausschreibungstext für Planer, Architekten und Ingenieurbüros und natürlich auch Planer in den eigenen Reihen.

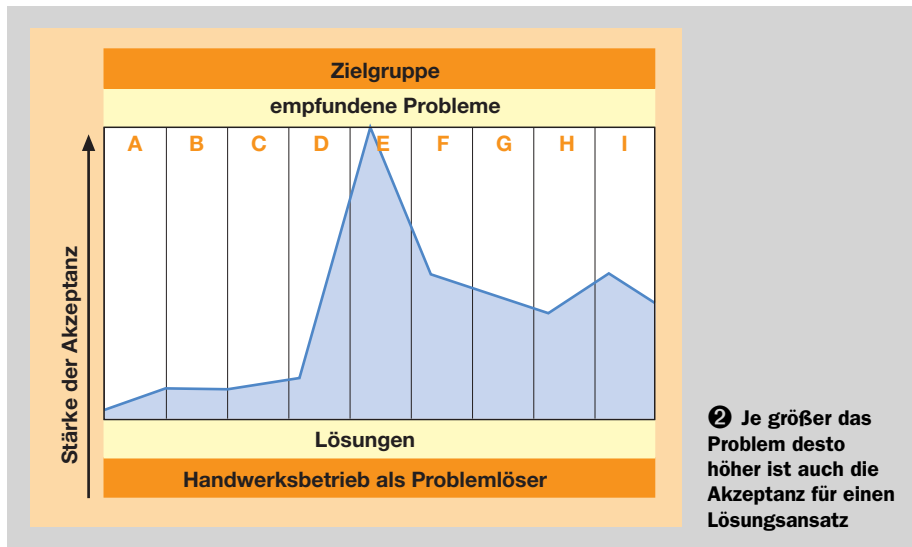
Zu allen Angeboten gibt es umfangreiche Informationen, Musterdisketten, Datensatz-Beschreibungen für erforderliche EDV-Schnittstellen und EDV-Beratungen von seiten des ZVEH. Dieser wird vom Fachverband Elektrotechnische Handwerke NRW insbesondere bei der Beantwortung von Fragen zu den Normierungen ELDANORM und ZVEHNORM maßgeblich unterstützt.

Schnittstellen müssen laufen

Gerade zur Schnittstellen-Problematik gibt es immer viele Anfragen. Der ZVEH hilft auch, wenn fremde Schnittstellen nicht problemfrei laufen. Software-Häuser entscheiden zwar selbst über ihre Schnittstellen, das Wort des Verbandes jedoch zählt einiges. Es sollten schließlich keine Schnittstellen angeboten, gekauft und bezahlt werden, die dann doch nicht laufen.

Weitere Infos zum ZVEH-Angebot gibt es unter Telefon: (069) 24 77 47-40 und Fax: (069) 24 77 47-49.

F. E. Eichhorn ■



Das entsprechende Angebot kam innerhalb von drei Tagen beim Kunden an und hatte Festpreisgarantie.

Darüber hinaus wurde die Ausführung mit Beginn und Abschluss der Arbeiten garantiert.

Nach Beendigung der Arbeiten wurde die Wohnung so sauber verlassen wie man sie vorfand.

Diese Strategie war so erfolgreich, dass sie sich schnell unter den Kunden der Zielgruppe herumsprach und dem Malerbetrieb aus seiner ungünstigen wirtschaftlichen Situation heraus half.

Heute geht es dem Malerbetrieb sehr gut, zumal dieses Konzept multipliziert wurde und heute eines der erfolgreichsten Franchisesysteme im Malerhandwerk darstellt.

Die Akzeptanzkurve

Jede Zielgruppe hat in jedem Bedarfssegment Probleme (Bild 2 A, B, C, usw.). Sie empfindet sie als unterschiedlich wichtig. Bei dem Problem, das sie als am wichtigsten empfindet (E), ist die Akzeptanz – also die Aufnahmebereitschaft einer Idee, eines Vorschlages, einer Leistung – am sichersten und stärksten. Sie ist um ein Vielfaches größer, als bei weniger wichtig empfundenen Problemen.

Probleme der Zielgruppe als Chancen erkennen

In jeder Zielgruppe und in jedem Markt gibt es solche brennendsten Probleme beziehungsweise Marktlücken.

Ein entscheidender Fehler ist, dass viele Handwerksbetriebe vornehmlich introvertiert – das heißt nach innen gerichtet – denken und handeln.

Allerdings wird es häufig auch von den

großen Industrien in der Wirtschaft leider in dieser Weise vorgemacht.

Man achtet vor allem auf die eigenen Probleme wie Produktivität, Umsatz, Gewinn oder Innenorganisation und deren Lösung, anstatt sich auf die Probleme seiner Zielgruppe und seiner Umwelt zu konzentrieren.

Durch die erwähnten Beispiele sind Sie sicher dem brennendsten Problemen Ihrer ausgewählten Zielgruppe schon wesentlich näher gekommen.

Denken Sie bei Ihrer Zielgruppe immer an den Nutzen, den Sie für Ihre Zielgruppen stiften wollen und richten Sie Ihre Gedanken an den sozialen Aspekten der Zielgruppe aus.

Sollte Ihre Zielgruppe zum Beispiel die „60 plus Generation“ als Hausbesitzer sein, dann ziehen Sie im Geiste die Mokassins an und kümmern sich nur noch um diese Personen, bei denen Sicherheit und Komfort und ihre eingeschränkte Beweglichkeit Beachtung finden muss.

Neben Video- und Funksystemen, Bewegungsmeldern innen und außen, Garagentorantrieb, Sitzfahrstühle, die neben der Treppe ins Obergeschoss montiert sind, gibt es eine Vielzahl von elektrischen Hilfsmitteln, die der Zielgruppe durch Ihre Beratung, Planung und bedarfsorientierte Montage das Leben erleichtern.

Nutzen Sie Ihre neu erworbenen Strategiekennnisse in der Praxis!

Beachten Sie bei Ihrer Strategieumsetzung folgendes:

Achten Sie auf eine konzentrierte Vorgehensweise und lassen Sie keine Verzettelungen zu. Haben Sie immer die Probleme Ihrer Zielgruppe im Auge.

Und was wesentlich ist: fangen Sie gleich damit an, bevor es der Wettbewerb umsetzt! Dadurch erreichen Sie einen Innovationsvorsprung, der Sie bei Ihrer Zielgruppe noch attraktiver erscheinen lässt. ■