

Handwerker mit Ideen

Klein, flexibel und rentabel: Dies ist nicht Vision sondern gelebte Realität für viele erfolgreiche Handwerksbetriebe. Doch dieser Erfolg stellt sich nur dann ein, wenn Ideen mit richtigem Handeln untersetzt werden. Die Handwerkskooperation Ampersand aus Brandenburg zeigt, welche Chancen sich Elektrohandwerksbetrieben bieten.

Das „gewisse Etwas“

„Irgendwann fiel uns auf, dass wir uns auf bestimmten Baustellen immer wieder trafen“, erinnert sich Elektromeister *Frank Müller* (Bild 1) aus Brandenburg an der Havel, wenn er an die Anfänge der Handwerker-Kooperation „Ampersand“ denkt. „Immer dort, wo es um individuelle Lösungen ging, wo nicht der Preis sondern das gewisse Etwas im Vordergrund stand, dort sah man aus den verschiedenen Gewerken oft die gleichen Gesichter wieder. Mit kleinen Absprachen und Hilfen fing es dann an. Man merkte, die Chemie stimmt und dann wurde die Idee der Kooperation geboren. Als Namen fanden wir eine englische Beschreibung des Zeichens „&“. Die Summe ist mehr als die reine Addition. Wir bieten Lösungen für Lebensräume.“

Die Handwerksbetriebe kommen aus verschiedenen Gewerken, z. B. Tischler, Steinmetz, Fliesenleger, Elektriker, Haustechnik, Raumausstatter, Schmiedemeister usw. In einem gemeinsamen Ausstellungs- und Bürozentrum präsentieren die Betriebe ihre Leistungen in allen Bereichen des Innenausbaus. Angefangen von Wohnungen über

Büros, Praxen und Ladengeschäften bis zu kompletten Häusern reicht dabei das Spektrum. Die hohen Ansprüche an Design, Ausstattung, Qualität und Leistung werden hier gemeinsam verwirklicht. Mit einem Innenarchitekten an der Seite kann der Kunde hier seine Ideen entwickeln und von den Handwerkern umsetzen lassen.

Aufträge durch Beratung und Empfehlung

Im Ausstellungs- und Beratungsräum finden die Kunden außer der persönlichen Beratung auch den Kontakt zu den Handwerkern in Informations- und Kulturveranstaltungen. Hier werden anhand bereits gestalteter Objekte Beispiele für innovativen Innenausbau gezeigt, die als Hilfe bei der Ideenfindung und -umsetzung dienen können. Musterkollektionen aus allen Gewerken und die Gestaltung des Beratungszentrums selbst erleichtern die Auswahl geeigneter Farben, Formen und Materialien. Deutlich wird die Idee der Vernetzung von Angeboten auch auf der gemeinsamen Homepage (Bild 2).

Darüber hinaus präsentiert sich die Kooperation zusammen mit der Fa. Jacobs Raumausstattung im Berliner Stilwerk (Bild 3). Hier informieren sich designorientierte Endkunden über Einrichtungstrends und hochwertige Raumlösungen. Die Ampersand-Kooperation trifft hier auf die Kundschaft, welche hochwertige Räume im privaten Bereich aber auch im Büroumfeld wünscht. Für die Fa. Elektro Müller ist hier Gelegenheit auf die Möglichkeiten zu verweisen, die sich mit dem Einsatz moderner Elektroinstallation verbinden.

Für Elektromeister *Frank Müller* ist darüber hinaus seine Mitgliedschaft im Gira Aktiv Partner Club sehr wichtig. „Hier bekomme ich branchenspezifische Marketing-Impulse und konkrete Hilfen für das tägliche Ringen um lohnende Aufträge. Meine Monteure waren alle in Schulungen für Präsentation und Verkauf. Niemand verlässt bei uns einen Kunden, ohne nach einem Bedarf für Anschlussaufträge zu schauen. In der Kooperation tun wir das auch. Für die Empfehlungen berechnen wir zwischen den Kooperations-Mitgliedern eine Prämie von 10 Euro. Empfehlungen sind das erfolgreichste Marketingkonzept.“

Durch die gemeinsame Präsentation und die Weiterempfehlung in der Kooperation hat die Firma Elektro Müller inzwischen eine Auslastung von über 40 Prozent. Und das ohne ein Fünkchen Selbständigkeit aufgeben zu müssen.

Klein aber fein

„Heute machen wir mit fünf Mitarbeitern mehr Gewinn als mit 50 Mitarbeitern noch vor wenigen Jahren.“, so die Analyse von *Frank Müller*. Auch die Fa. Elektro Müller war in den neunziger Jahren sehr schnell gewachsen und kam mit dem Ausbleiben der großen Aufträge in schwieriges Fahrwasser.

Heute beteiligt sich das Handwerksunternehmen aus Brandenburg nicht mehr an öffentlichen Ausschreibungen und nimmt auch keine Aufträge von Generalunternehmern an. Nur über den Preis an Aufträge zu gelangen und dann noch um die Bezahlung der Leistungen zu bangen – diesen Weg will der Elektromeister im Interesse der Zukunft seines Unternehmens nicht gehen.

Er setzt vor allem auf die Qualifikation seiner Mitarbeiter. So baut sein Unternehmen heute die Steuerungstechnik für große Sonnenschutzanlagen und Datennetze inklusive USV-Anlage. Auch die Planung und Installation von Beleuchtungsanlagen spielt eine wichtige Rolle. Ebenso wichtig wie die technischen Fähigkeiten ist dem Elektromeister auch die Motivation seiner Mitarbeiter. Das Engagement jedes einzelnen bestimmt den Erfolg des Unternehmens. Dieses Denken fördert *Frank Müller* über leistungsbezogene Entlohnung und Prämien.

Zahlen im Griff haben

Neben seinem Elektromeister hat *Frank Müller* auch einen Ab-



1 Elektromeister *Frank Müller* aus Brandenburg ist erfolgreich mit gewerkeübergreifendem Marketing



2 Die gemeinsame Vermarktung von Gewerken gelingt der Handwerker-Kooperation „Ampersand“ aus Brandenburg auch im Internet unter www.ampersand-brb.de



3 Im Berliner Stilwerk kann die Ampersand-Kooperation ihr Angebot einem designorientierten Publikum offerieren
Foto: Stilwerk

schluss als Betriebswirt. Sein Familienbetrieb besteht seit 1927 und wird von ihm in der dritten Generation geführt. Um heute jedoch erfolgreich zu sein, muss er vor allem seine Zahlen im Griff haben. Die meiste Zeit ist er deshalb mit der Unternehmensführung beschäftigt. Ein zentrales Thema ist dabei für *Frank Müller* die Nachkalkulation. „Nur so kann ich beurteilen, ob ein Auftrag lukrativ war. Meine Kosten und Erlöse kann ich so optimal erfassen und rechtzeitig handeln, wenn etwas schief läuft.“

Von seiner Fachzeitschrift **ep** Elektropraktiker erwartet er natürlich auch interessante Beiträge zu betriebswirtschaftlichen Themen. Beispiele hierfür sind u.a. das Controlling, das Rating, Lohnsysteme und die Verkaufsförderung. Interessiert verfolgt hat er deshalb auch die **ep** Innovationstour und er hat sich um den **ep** Innovationspreis 2003 beworben. Für sein Konzept der Vermarktung über die

Ampersand-Kooperation erhielt er den 2. Preis: ein **ep**-Software-Paket im Wert 1 160,00 Euro.

Marketing-Netzwerk überzeugt

Netzwerke sind erfolgreich. Diesen Gedanken kann *Frank Müller* nicht nur bestätigen, sondern jeden Tag aufs Neue leben. Er zögerte deshalb auch nicht und wählte einen Premium-Eintrag in das Marketing-Netzwerk „Suche ElektroMeister“. Gemeinsam mit dem umfangreichsten deutschsprachigen Online-Branchenbuch Yellow-Map betreibt der **ep** diesen Online-Service. Über 33 000 Elektrofachbetriebe sind damit in mehr als 40 Internet- und Regionalportalen gelistet. So suchen beispielsweise die Homepage-Besucher der größten deutschsprachigen Bauzeitschrift „Das Haus“ ihren Experten im Elektrohandwerk auf „Suche ElektroMeister“.



④ Ein Marketing-Netzwerk für den erfolgreichen Elektromeister im Internet ist das Online-Branchenbuch „Suche ElektroMeister“ auf www.elektropraktiker.de

Weitere interessante Portale für die Vermarktung beim Endkunden sind: freundin.de, fireball.de, super-illu.de, nrw.de, baynet.de oder stern.de.

Seinen Abonnenten bietet der **ep** Elektropraktiker exklusive Spezial-einträge in diesem einzigartigen Marketing-Netzwerk an (Bild ④).

R. Lüders