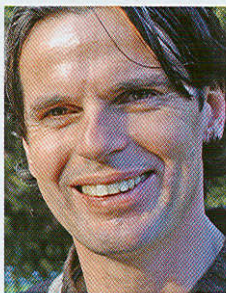


UMFRAGE

Den zweiten Pluspunkt verzeichnet der Unternehmer, der die Stärken seiner Mitarbeiter kennt und sich einer sehr starken Identität dieser zum Unternehmen sicher ist (Unternehmenskultur). Die vielleicht bevorstehenden Probleme dürfen nicht verschwiegen werden, sondern müssen den Mitarbeitern kommuniziert werden. Die bei uns jährlich vor Weihnachten mit jedem Mitarbeiter stattfindenden Gespräche zur „Mitarbeiterzufriedenheit“ eignen sich hierfür hervorragend. Die Kommunikation der Probleme darf aber beim Mitarbeiter keine Angst erzeugen, sondern muss dem Mitarbeiter vielmehr das Gefühl vermitteln, wir als starkes Team, mit der Fähigkeit Kunden zu begeistern, werden die Probleme gemeinsam meistern. Aber nur durch Reden wird kein Problem gelöst, sondern es müssen auch Taten folgen. So wird sich unser Hüttenworkshop anfangs Februar intensiv mit dem Thema „Produktivitätssteigerung“ auseinandersetzen. Mit diesem Thema haben wir bereits im Jahr 2008 mit einigen Vorarbeitern begonnen und werden das jetzt fortsetzen und weiter optimieren. Das wird uns wieder ein kleines Stück weiterbringen und ist die beste Gegenmaßnahme für jede Krise.

Den dritten Pluspunkt kann ein Unternehmer auf sein Krisenkonto buchen, wenn er in seiner Region (mehr oder weniger) Marktführer ist. Wenn er also Mitarbeiter hat, die in der Lage sind, Kunden durch ihre fachliche und kommunikative Leistung zu begeistern und dadurch ein sehr hohes Maß an Empfehlungsaufträgen akquirieren kann. Dazu unerlässlich ist natürlich ein auf die betreffende Zielgruppe gerichtetes Marketing. Aus diesem Grund werden wir unsere internen und öffentlichen Kundenveranstaltungen weiter ausbauen, um so den Nachfrage-Sog nicht abreißen zu lassen.

Wer das alles beherzigt, kann vielleicht auch gestärkt aus der Krise hervorgehen.

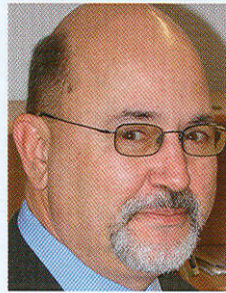


Michael Daldrup, Havixbeck
Ich wette, dass gerade im Luxussegment die Leute im März wieder kommen werden.“

Es gibt da für mich eine kurzfristige und eine langfristige Erwartung. Zu der kurzfristigen passt eine Entwicklung, die wir im Herbst schon gespürt haben: Da haben viele Leute gesagt: „Jetzt wart ich mal ab und verschiebe meine Investition auf das Frühjahr.“ Da hatten wir mehrere Leute. Das habe ich dieses Jahr in dieser Stärke zum ersten Mal erlebt.

Grundsätzlich weiß ich gar nicht, ob ich da so zwischen den Gärtnern von Eden und den übrigen Kollegen differenzieren würde. Klar, wir sind da in einer Poolposition. Aber letztlich sind wir nach der ersten Kurve alle gleich und die musst Du auch erstmal kriegen. Ich wette trotzdem, dass gerade im Luxussegment die Leute im März kommen werden. Die wollen den Gar-

ten haben. Das ist einfach schick und da ist eine richtige Sehnsucht nach Draußensein, nach Natürlichkeit vorhanden. Langfristig glaube ich, dass gerade in diesem Bereich noch ganz viel Potenzial ist.



Jürgen Schwarz, www.toschwarz.de, Brombachtal
„Die Zukunft kommt garantiert und sie gehört mutigen Unternehmern.“

Der allgemeinen Wirtschaftskrise zum Trotz hat jedes Unternehmen (und das unabhängig von seiner Firmengröße) umfassende Möglichkeiten, sich auf dem Markt zu behaupten und gute Aufträge zu bekommen. Hier sind einige Empfehlungen, wie man im kommenden Jahr trotzdem Auftragsvolumen und Umsätze halten oder sogar steigern kann:

1. Vertrauen Sie auf die Stärken Ihres Unternehmens. Es gibt genügend Aufträge mit vernünftiger Preisgüte auf dem Markt, die bereits auf Sie warten. Voraussetzung: Sie werden selbst aktiv und schaffen sich ein eigenes Auftragsnetzwerk.
2. Halten Sie die Augen auf. Gerade als regional agierendes Unternehmen bedeuten öffentliche Investitionsprogramme im Bau neue Aufträge.
3. Vermeiden Sie Fremdkapital und sorgen Sie für eigene Geldreserven. Machen Sie sich zudem durch eine Streuung Ihrer Leasing- und Kreditverträge bei verschiedenen Banken unabhängig von der eigenen Hausbank.
4. Organisation ist alles. Verfolgen Sie konsequent und strukturiert Ihre Unternehmensziele und überprüfen Sie regelmäßig Ihre Ergebnisse.
5. Nutzen Sie die Fähigkeiten Ihres eigenen Personals, anstatt neue Mitarbeiter zu suchen. Mit Mitarbeitergesprächen, strukturierten Besprechungen und einem guten Baustellenmanagement verbessern sich auch Ihre Baustellenergebnisse.
6. Werden Sie zum Taktiker – gerade bei „gestörten Bauabläufen“. Mithilfe einer guten Strategie können Sie zum Beispiel Behinderungen auf Ihren Baustellen nachträglich noch zu „Geld machen“.
7. Nutzen Sie die Möglichkeiten von Online- und Direktmarketing, um erfolgreich neue Kontakte, Kunden und Personal zu finden. Empfehlenswert sind zum Beispiel gezielte telefonische B2B-Recherchen oder das Onlineportal Xing.
8. Bleiben Sie mutig: Unternehmer unternehmen. Der Ruf nach der „guten alten Zeit“ ist Vergangenheit und gemeinsames Jammern hilft auch nicht wirklich. Die Zukunft kommt garantiert und sie gehört den mutigen Unternehmern.