

JÖRG STAHLMANN'S GEDANKEN ZUR KRISE

Was macht dieses Virus mit der Fensterbaubranche?

In verschärftem Ausmaß bestimmt Covid-19 unser Leben. Anfänglich vielleicht etwas zu ungläubig bewertet, so sind wir heute mitten in den sozialen und gesellschaftlichen Zwängen dieses Erregers. Nicht nur unser aller eigenständiges Leben hat sich rapide verändert, auch wirtschaftlich setzen die Auswirkungen massiv und vor allem zeitversetzt ein. Aus seiner Tätigkeit heraus als Berater für Fenster produzierende Unternehmen vermittelt hier exklusiv Jörg Stahlmann seine Einblicke in die veränderte Welt des Fensterbaus.

Fakt ist, dass die Situation jedes Unternehmens trifft. Aber: Genau in dieser Zeit zeigt sich, welche Unternehmen nicht nur gute Fenster herstellen und ggf. montieren, sondern auch welche Unternehmen die richtige Strategie und wirtschaftliche Effizienz eingeschlagen haben. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass eine bereits erwartete Marktberreinigung nunmehr etwas zügiger vorstattengehen wird.

Im B2B-Bereich ist der Auftragseingang, der Jahreszeit geschuldet, noch relativ hoch. Dies betrifft vor allem die noch im Bau befindlichen Objekte. Im Objektgeschäft besteht eine hohe „Dringlichkeit“, Leistungen abzurufen und/oder fertigzustellen, da hier „verschärfte“ Verpflichtungen der Errichter gegenüber Investoren oder Eigennutzern bestehen.

Im B2C-Bereich wird seitens des Endkunden auf eine „schnelle“ Leistungserbringung gedrängt. Getrieben vornehmlich durch die Skepsis, ob das beauftragte Unternehmen überlebensfähig ist. Andere Endkunden wollen den Einbaupunkt wegen der Ansteckungsgefahr verschieben. Somit erleben wir aktuell keine wirklich spürbare Delle in der Konjunkturkurve. Die Sache hat jedoch einen Haken! Erkennbar ist, dass zeitnahe Projekte im Ausführungszeitraum verschoben werden, Planungs- und Umsetzungsvorhaben gestoppt oder ebenfalls verschoben werden und einige Endkunden angedachte Maßnahmen für den Bereich Fenster, auf Mitte, Ende des Jahres verschieben oder gar auf Eis legen.

Wie läuft das mit den Montagen?

Während in der jetzigen Situation die Vorgaben des Abstandhaltens in den Produktionsstätten re-

lativ gut organisiert werden können, so stellt sich die Herausforderung des „Distancing“ spätestens bei der Montage vor Ort.

Klar ist: Mundschutzmasken und Desinfektionsmittel sollten zur Grundausrüstung der Monteure gehören. Es ist unumgänglich, dass man sich auf Baustellen oder bei Renovierungen im bewohnten Zustand über den Weg läuft. Montagen und deren Abfolgen sollten also sehr gut und genau geplant werden, um unnötige persönliche Besprechungen und Begegnungen vor Ort zu vermeiden. Corona wird uns auch zukünftig begleiten. Daher sind z. B. Vorteile einer zweistufigen Elementmontage auch im Sinne kommender Montageleistungen nicht zu unterschätzen.

Ein wesentlicher Trend im Umgang mit Montageleistungen ist jedoch schon kurz nach den Kontaktbeschränkungen eingetreten: Die Fensterbranche setzt sich endlich mit der notwendigen Aufmerksamkeit für die Montage auseinander. Ein wesentlicher Tenor: Die „Planungsleistung“ steigt zwar, um das gesundheitliche Risiko zu minimieren. Aber gleichzeitig erhöht sich die Effizienz in der Ausführung und die abgelieferte Qualität.

Mittelfristig handlungsfähig

Jeder wurde und wird mit der Covid-19 Situation vor neue Herausforderungen gestellt. Für manche Chefs und Geschäftsführer zeigt sich nun, ob sie nicht nur gute Fachmänner sind, sondern auch gute Unternehmer. Dazu ist es unumgänglich, seine unternehmerischen Kennzahlen wenigstens monatsgenau zu kennen. Das ist noch immer nicht in jedem Unternehmen der Fall. Heute ist die Auftragslage nicht unbedingt das Problem, welches im Unternehmen schmerzt, sondern die Tatsache,



Foto: Jörg Stahlmann

Der Schreinermeister Jörg Stahlmann arbeitete als Projektmanager für Holz-, Holz-Alu- und Kunststoff-Fenstersysteme sowie Fassadenprojekte. Seit 2009 leitet er die Stahlmann-Consulting GmbH.

wie das Unternehmen wirtschaftlich und kundenorientiert strukturiert ist. Die Frage ist, mit welchem Einsatz von Mitteln die strategischen Entscheidungen vor der Krise getroffen wurden und ob noch Spielraum zur Kursanpassung zur Verfügung steht. Sehr wichtig ist es nun, dass man sein Unternehmen auf Sicht fährt und mittelfristige Unternehmensprognosen nicht zu rosig sieht.

Was könnten Erfolgsrezepte in der Krise sein?

In allen Belangen hat jetzt der persönliche Bezug und der persönliche Umgang vor vielem anderen Priorität. Das betrifft die innerbetrieblichen Beziehungen genauso, wie die Kunden- und Zuliefer-Beziehungen. Für die Zukunft vieler Betriebe werden persönliche Bindungen ein entscheidender Faktor sein. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass eine neue, andere Art der Geschäftsethik entstehen kann und auch wird. Verlässlichkeit, Aufrichtigkeit, Berechenbarkeit und gegenseitiger Respekt werden künftig viel höher im Kurs stehen. Sehr viele unserer Kunden nutzen gerade jetzt diese Zeit, ihren Betrieb neu zu strukturieren und auch zu organisieren. Jetzt ist die Zeit „alte Zöpfe“ abzuschneiden, Arbeitsplätze neu und effizienter zu gestalten, sich über Lieferketten, Lagerhaltung, Transport, Kfz, Montageorganisation etc. Gedanken zu machen. Das sind die Kleinigkeiten, die über das Jahr mehrere Tausend Euro kosten können und nicht unbedingt ein großes Investment benötigen.

Was muss mein Vertrieb jetzt leisten?

Heute und in absehbarer Zeit bekommt der Vertrieb eine andere Dynamik. Wichtig ist, dass der Verkauf nicht nur erreichbar ist, sondern präsent! Jetzt gilt es, vor der Beratungs- und der Verkaufsleistung noch viel tiefer in die Unterstützungs- und Fachkompetenzschiene einzutauchen. Heute und in Zukunft wird es einen erweiterten Dienstleistungsbedarf geben. Mögliche Aufträge werden immer häufiger bereits in der Planungsphase des Kunden entschieden. Im Übrigen ist es nicht in Stein gemeißelt, dass Fensterhersteller und Montagebetriebe nur durch ihre Fenster- und Türprodukte oder ihre Leistung vor Ort mit Schrauber und Abdichtungsmaterial Umsätze generieren können. Hat man hierbei die notwendigen Kompetenzen nicht, so sollte man sich darum kümmern diese aufzubauen.

Produktportfolio überdenken?!

Wenn Unternehmen mit ihrem Produktportfolio in der Vergangenheit erfolgreich waren, so besteht kein akuter Handlungsbedarf dies nunmehr in der Krise zu ändern. Vielleicht könn-

te eine Ergänzung des Portfolios hilfreich sein. Viel wichtiger werden die „weichen Faktoren“ des Unternehmens: Machen Sie Ihre Mitarbeiter fit. Machen Sie Ihre „A“- und „B“-Mitarbeiter zu „A1“-Mitarbeitern und prüfen Sie, ob Sie mit Ihren „C“-Mitarbeitern weitermachen können. Überprüfen Sie genau, weshalb Sie Aufträge in der Vergangenheit nicht bekommen haben. Fragen Sie sich, ob Sie vielleicht zu spät am Projekt waren oder ob mit einer zusätzlichen Dienstleistung vor Auftragsvergabe ein besseres Ergebnis möglich gewesen wäre.

Netzwerken Sie!

Wenn uns die Krise etwas lehrt, so ist es die Tatsache, dass sich im Team einiges leichter bewältigen lässt. So bekommt der Begriff „Netzwerken“ eine neue, vielleicht auch anschaulichere Bedeutung. Netzwerken ist ein Geben und Nehmen auf Augenhöhe, ein miteinander arbeiten und Ziele verfolgen. Netzwerken bedeutet, sich gegenseitig zu unterstützen und nicht in erster Linie nach seinem eigenen Vorteil zu suchen. Wenn Sie etwas nicht selbst leisten können, dann scheuen

Sie sich nicht nach Hilfe zu fragen. Ein lebendiges Netzwerk ist eine lebendige Partnerschaft. Gerade in der jetzigen Zeit erkennt man sehr gut, wer wirklich ein Partner ist oder ob man selbst wirklich ein Partner war.

Wenn die Krise durchgestanden ist?

Das Virus und seine „Auswüchse“ wird Chancen bieten für die Unternehmen, welche ohne größeren Schaden durch diese Krise kommen. An den grundlegenden Kunden-Anforderungen und am Bausegment wird sich nicht viel ändern. Die Wohnungsnot ist mit der Krise nicht vorbei. Die gute Baukonjunktur wird nicht schlagartig einbrechen. Zukünftig werden mehr denn je ganzheitliche und nachhaltige Lösungen gewünscht. Dies verstärkt neben den bereits bestehenden Nachfragen. Sicherlich werden auch zukünftig die Ansprüche der Kunden nicht geringer. Es wird auch ein Leben nach Corona geben. Bleiben Sie konzentriert, aktiv, lassen Sie sich helfen und bleiben Sie vor allem gesund!

Jörg Stahlmann

Anzeige

Fenster Holzmetall Fall- und Balkenfenster Bildschirme und Pfosten Systeme Planung und Beratung



Mit Schweizer spannende Perspektiven gewinnen.

Schweizer steht für innovative Lösungen und zeitgemäße Holz/Metall-Fenster-systeme: ästhetisch, nachhaltig, sorgfältig hergestellt in der Schweiz. Entdecken Sie die architektonische Vielfalt und das breitgefächerte Spektrum an Kombi-nationsmöglichkeiten der Systemlösungen von Schweizer: www.arnetschweizer.ch

Ernst Schweizer AG
Bahnhofplatz 11
8004 Hedingen
Schweiz
Telefon: +41 44 783 81 11
www.ernstschweizer.ch