

Unternehmer-Herzschmerz Ein Plädoyer für selbstbestimmtes Unternehmertum im Handwerk.

(Alsdorf) Rolf Steffen, Handwerksunternehmer, Gründer der Akademie Zukunft Handwerk, Keynotespeaker, Querdenker und Impulsgeber für Handwerksunternehmen in ganz Deutschland stellt sein neues Buch „*Unternehmer-Herzschmerz*“ vor.

Einmal mehr steht das Handwerk vor tiefgreifenden Veränderungen. Digitalisierung, Fachkräfte- und Nachwuchsmangel sind Tagesthemen. Sein neuestes Buch „*Unternehmer-Herzschmerz*“ ist ein Appell, ein Weckruf. Aktuelle kritische Entwicklungen treiben den engagierten Unternehmer um – und das hatte im wahrsten Sinne des Wortes Herzschmerzen zur Folge. Den Herzschmerzen begegnete Steffen mit ein paar Tagen Ruhe, den Ursachen mit einer Analyse und einem Weckruf: Angesichts der aktuellen Herausforderungen, die für zahlreiche Handwerksunternehmerinnen und –unternehmer echtes Krisenpotenzial haben, plädiert er für selbstbewusstes und aktives Handeln. Er lädt ein zum Austausch und spannenden Dialog, will Mut machen, Veränderungen nicht mit Stagnation, sondern mit Selbstbewusstsein und einer klaren Strategie zu begegnen.

Bildmaterial erhalten Sie anbei.
Weitere Bilder und Informationen
stellen wir gerne zur Verfügung.
Kontakt: sandra.rehahn@azh-ag.de

Weitergehende Pressetexte
und Fotos finden Sie
auf unseren Internetseiten
www.zukunft-handwerk.de

**Akademie Zukunft Handwerk
AZH-AG**

Schaufenberger Str. 61
52477 Alsdorf

Telefon 02404 5515-10
Telefax 02404 5515-11
akademie@zukunft-handwerk.de
www.zukunft-handwerk.de

Veränderungen erfordern Veränderungen. Es gilt, vertraute Wege zu verlassen und Lösungen neu zu denken. Wer das tut, muss aus seiner Komfortzone raus – auch wenn das ab und an schwer ist. „Wir Handwerksunternehmer wollen Macher und Gestalter unseres Geschäfts, unseres Marktes sein und bleiben. Wir wissen genau, welche Synergien für uns vor Ort sinnvoll und Erfolg versprechend sind. Wir sind vor allem die Hüter über das Vertrauen, das uns Kunden entgegenbringen – und das geben wir nicht aus der Hand,“ fasst Steffen zusammen.

Digitalisierung – zwischen gut und böse

Das Internet und die damit verbundenen teils revolutionären Marktveränderungen lassen – wen wundert es – auch das Handwerk nicht außen vor. Die Auswirkungen auf Angebots-, Auftrags- und Einkaufslage sowie auch auf das erfolgskritische Thema Mitarbeitergewinnung werden im Alltag eines Handwerksunternehmens immer deutlicher spürbar. Längst herrscht Klarheit darüber, dass es nicht mehr um die Frage „Digitalisierung ja oder nein“ geht, sondern darum, was die Digitalisierung mit den Handwerksbetrieben macht – und wie man ihr begegnen kann und muss. Fakt ist: Kunden sind global im Internet unterwegs. Dort sammeln sie Ideen, Angebote und auch Preise. Fakt ist aber auch: Kunden wissen nach wie vor eine persönliche, kompetente Beratung und die Ausführung von Arbeiten durch ein anerkanntes ortsansässiges Handwerksunternehmen zu

schätzen. Die Folgen der Digitalisierung eröffnen also nicht nur Risiken, sie bieten auch Chancen und neue Möglichkeiten für Vertrieb und Kundenbeziehungspflege. Der Autor und Initiator der Akademie Zukunft Handwerk hat schon früh die Zeichen der Zeit erkannt und damit einmal mehr Visionsfähigkeit und kreatives Vordenken unter Beweis gestellt. Hiervon zeugen innovative Angebote, wie die Möglichkeit einer Onlineterminvereinbarung (Direkt-Termin) oder die Online-Zufriedenheitsbewertung, die Steffen und die durch die Akademie qualifizierten Kollegenbetriebe deutschlandweit bereits seit Jahren internetaffinen Kunden und Interessenten anbieten.

Die Digitalisierung verschiebt jedoch auch im großen Stil seit vielen Jahren im Handwerk etablierte Marktmechanismen wie beispielsweise den dreistufigen Vertriebsweg und damit in direktem Zusammenhang stehend den direkten und engen Kontakt des Handwerkers zu seinen Kunden. So kann es für Handwerksbetriebe nicht erstrebenswert sein, so der Autor, dass diese die Datenbanken von Plattformbetreibern mit Daten von Endkunden füttern. Bei aller Veränderungsbereitschaft – kein Unternehmer käme auf die Idee, über Jahre aufgebaute und gepflegte Beziehungen zu Endkunden zu „verschenken“. Alleine in dieser Entwicklung lauern nicht zu unterschätzende Risiken, denen das Handwerk nur durch entschlossenes und vor allem gemeinsames Handeln entgegenwirken kann.

Marketing – Gewinner der Digitalisierung

Zu den Gewinnern der mit der Digitalisierung einhergehenden Möglichkeiten gehören zweifelsohne die Bereiche Marketing und Vertrieb. Hier entstehen immer neue Kanäle und Formate, die zur Darstellung sowie zum Unterbreiten von Angeboten mit Zusatznutzen einladen. Der Kunde ist schon jetzt kein reiner Empfänger mehr. Über zahlreiche Kanäle wie YouTube, Facebook und die firmeneigene Website treten sie aktiv in Beziehung zu Unternehmen. Die Frage, die immer wichtiger wird, lautet: Wie können Unternehmen auch in Zukunft aus dem riesigen Angebot hervorstechen? Die Antwort des Autors: durch wertorientierte Unternehmensführung, die sich auch im Marketing wiederfindet. Wer ethische Grundsätze zur Maxime seines Handelns macht und die Bedürfnisse und Ansprüche der Menschen – Kunden und Mitarbeiter – in den Mittelpunkt stellt, hat beste Chancen, sich von Rabattgeschrei abzuheben. Eine gelebte Unternehmenskultur der Wertschätzung ist ein echtes Alleinstellungsmerkmal eines Arbeitgebers. Unternehmen, deren gelebte Kultur es ist, mit modernem Management und Wertschätzung Kunden und Mitarbeiter gleichermaßen zu begeistern, die ernten jetzt, was sie über Jahre gesät haben. Fazit: Nur ein 1a-Arbeitgeber kann die besten Mitarbeiter gewinnen.

Kundenzufriedenheit folgt Mitarbeiterzufriedenheit

Denn was für Kunden gilt, gilt auch für Mitarbeiter, so lautet die überzeugende These des Buchs *Unternehmer-Herzschmerz*. Mitarbeiter zu gewinnen, sie emotional an das Unternehmen zu binden, ist besonders heute unabdingbar, um sich am Markt behaupten und durchsetzen zu können. Denn die Mitarbeiterzufriedenheit ist direkt und unmittelbar mit der Kundenzufriedenheit gekoppelt. Um als Arbeitgeber die besten Mitarbeiter und Fachkräfte zu bekommen, ist es wichtig, sich nicht nur als Dienstleister, sondern auch als Arbeitgeber professionell aufzustellen. Dazu gehört, freie Stellen als attraktive Arbeitsplätze zu kommunizieren. Und das selbstverständlich dort, wo sich die Jugend informiert, die nach einer Lehrstelle sucht, wo sich die Fachkraft orientiert, die eine positive Veränderung anstrebt und einen attraktiven, modernen und zukunftsorientierten Arbeitsplatz sucht.

Der Autor fasst zusammen: Die Zukunft ist weder aufzuhalten noch wäre es klug, sie zu ignorieren. Der Handwerksunternehmer von morgen agiert global in seinem regionalen, lokalen Geschäftsfeld. Nun gedeihen Unternehmen erfahrungsgemäß besonders gut, wenn es gelingt, Symbiosen zu schaffen und Synergien zu nutzen, von denen alle gleichermaßen profitieren. Dies gilt auch für das Plädoyer des Buches, das lokale mit dem globalen Handwerk zu verbinden. Eine Idee, die zu einer bundesweiten Allianz führen soll. So wie jedes

Unternehmen für sich eine individuelle Strategie für das erfolgreiche Behaupten im lokalen Wettbewerb entwickeln muss, so verfolgt ein Zusammenschluss Gleichgesinnter die Idee einer Allianz „Handwerk-global“, welche sich den globalen Herausforderungen stellt. Eine Vernetzung überwiegend regional agierenden Handwerker hat das Potenzial, die Risiken in Chancen und Vorteile für jedes einzelne Handwerksunternehmen umzuwandeln. Die Vision ist so einfach wie ehrgeizig: Leistungsstarke, lokal agierende Handwerksunternehmen kooperieren global in strategischer Allianz mit dem Ziel, Wettbewerbsvorteile zum Nutzen von Kunden, Mitarbeitern und für das Gemeinwohl zu erzeugen.

„Täglich begegnen mir Unternehmerinnen und Unternehmer, die nach Lösungen suchen,“ resümiert Rolf Steffen. „Dank voller Auftragsbücher geht es nicht darum, Kunden und Aufträge zu gewinnen. Es geht aktuell vielmehr darum, zukunftsfähige Modelle zu finden und diese dauerhaft im Unternehmen zu implementieren. Modelle, mit denen sich das Unternehmen professionell managen lässt. Es ist, wie es immer ist: Wir Unternehmer müssen selbst handeln. Manche sind sich ihrer Marktbedeutung nicht bewusst, manche können sich nicht vorstellen, was möglich ist, wenn nur einige ihre Kräfte bündeln und gezielt einbringen. Ich für meinen Teil bin fest davon überzeugt: Wenn wir uns in einer bundesweiten Allianz der Besten mit einer gut durchdachten Strategie den

Herausforderungen stellen, können wir den Markt positiv und nutzbringend bereichern.“



.....

Presseinformation zur Buchveröffentlichung „Unternehmer-Herzschmerz“ von Rolf Steffen

*Zur Veröffentlichung und honorarfrei.
Hinweis oder Belegexemplar erbeten.*

Kontakt:

Rolf Steffen

Akademie Zukunft Handwerk AZH-AG

Schaufenberger Straße 61

52477 Alsdorf

Telefon: +49 (0) 2404 55 15 – 10

Telefax: +49 (0) 2404 55 15 – 11

akademie@zukunft-handwerk.de

Zum Autor (Auszug aus dem Klappentext)

Rolf Steffen: Jahrgang 1959. Unternehmer im Handwerk seit 1983. Gründer und Mitgründer mehrerer Unternehmen in verschiedenen Branchen des Handwerks.

Entwickler und Mitentwickler verschiedener Modelle für modernes Management im Handwerk: unter anderem in den 1990er-Jahren das Modell „LIKA im Kundendienst“ in Kooperation mit Prof. Dr. Manfred Hoppe und 2003 die UPTODATE-Methode (Verstetigung und Transfer moderner Unternehmenskulturen im Handwerk durch die Gestaltung einer arbeitsplatznahen, auftragsorientierten und IT-gestützten Weiterbildung), jeweils gefördert durch das Bundesinstitut für Berufsbildung.

2009 Auszeichnung als „Exzellente Wissensorganisation“ durch die Gesellschaft für Wissensmanagement vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie in Berlin.

2018 Gütesiegel „Qualitätscheck – Scientific Proof“ der Fachhochschule des Mittelstands (FHM) für die Auszeichnung zum 1a-Arbeitgeber, unter Leitung von Prof. Dr. Tim Brüggemann.

2018 folgt LIKA 4.0 – Ausbildungsmanagement 4.0: Digitalgestütztes Lernen im Kundenauftrag, mit wissenschaftlicher Begleitung von Prof. Dr. Falk Howe von der Universität Bremen.

Autor der Basisbibliothek Handwerk der UPTODATE-Offensive®.