

Gemeinsam geht's leichter

→ UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Ohne tragfähige Netzwerke ist vieles mühsamer. Das gilt vor allem für reale Netzwerke im beruflichen Alltag und im persönlichen Umfeld. Lesen Sie, welche Arten von Netzwerken Sinn machen und wie sich Kollegen erfolgreich vernetzen.

Handwerker waren schon immer gute Netzwerker. Als sich das Handwerk im Lauf des 12. und 13. Jahrhunderts mehr und mehr seiner Bedeutung bewusst wurde, versuchten die Handwerker diese Entwicklung durch Verbindungen unter sich auszuweiten und zu stärken und gründeten in der Folge Zünfte und Innungen. Sie vereinigten alle in der Stadt an einem und demselben Gewerbe beteiligten Handwerker zu einer fest gegliederten Verbindung. Jede Zunft hatte ihr eigenes Versammlungslokal, das mit dem Wahrzeichen des betreffenden Handwerks geziert war, wie die drei Schilde bei der Zunft der Maler.

»Das Handwerk wird smarter, digitaler und vernetzter. Und das Handwerk wird dadurch in der Zukunft sogar noch besser seine seit jeher große Stärke einer individualisierten und engen Beziehung zum Kunden ausspielen«, weiß Hans Peter Wollseifer, Präsident des Zentralverbands des Deutschen Handwerks. Dabei spielt auch die Art der Zusammenarbeit innerhalb und zwischen Unternehmen eine große Rolle: »Der zunehmende Grad der Vernetzung erleichtert Kommunikationsprozesse in den Teams und zwischen den Kooperationspartnern«, so Wollseifer. Das ermögliche bessere und ganzheitliche Lösungen, davon ist der ZDH-Präsident überzeugt. »



In der Gemeinschaft ist vieles leichter, manches überhaupt erst erreichbar, wie so mancher Gipfel, der sich nur in einer Seilschaft erobern lässt

Foto: Charlie Hamer

Austausch im Netzwerk Mit dem Zukunftsnetzwerk für Spezialisten im Handwerk möchte beispielsweise die Handwerkskammer Braunschweig-Lüneburg-Stade Handwerkern die Möglichkeit zu erfolgreichem Austausch bieten. In den halbjährlichen Netzwerktreffen geht es um Themen wie Marketing, Digitalisierung oder Innovation. Zusätzlich werden Workshops und individuelle Aktionen angeboten. Betriebe erhalten Hilfe bei der Kommunikation neuer Produkte und Dienstleistungen, Unterstützung bei der eigenen Unternehmensstrategie sowie bei der Außendarstellung.

Kooperation im Bereich Smart Home & Living Beim Kooperationsprojekt Hammer 4.0. liegt der Fokus auf der Unterstützung und Stärkung des regionalen Handwerks und der Hersteller durch Erschließung neuer Geschäftsfelder im Bereich Smart Home & Living. Das gewerke- und branchenübergreifende Projekt möchte ältere Menschen ansprechen, die so lang wie möglich

selbstständig und sicher zuhause wohnen bleiben wollen. »Dabei verbinden wir die bauliche Anpassung Ihrer Häuslichkeit mit innovativen Technologien und den Chancen der Digitalisierung«, so die Erläuterung.

Regionales Handwerk vernetzen

Das EU-LEADER-geförderte Bildungsprojekt »Netzwerk Handwerk« gründete sich 2017 in Tirol als Initiative der Bezirke Kitzbühel und Kufstein. Ziel ist es, das regionale Handwerk zu stärken, neue Wege im Handwerk aufzuzeigen und Begeisterung bei jungen Menschen für das Handwerk zu wecken. Der Vorstand des Trägervereins besteht aus vier Handwerkern mittelständischer Meisterbetriebe, darunter Obmann Rainer Höck (Malermeister und Landesinnungsmeister der Maler und Tapezierer) mit seinem Betrieb »der maler höck« in Hopfgarten.

Gemeinsam Energie sparen Mit der »Initiative Energieeffizienz-Netzwerke« (EEN) (www.effizienznetzwerke.org) sollen Energieverbrauch und Energiekosten von Unter-

nehmen durch bessere Energieeffizienz gesenkt und gleichzeitig ihre Wettbewerbsfähigkeit verbessert sowie das Klima geschützt werden. Die Initiative wird von der Bundesregierung zusammen mit 22 führenden Wirtschaftsverbänden getragen und von der Deutschen Energie-Agentur im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie koordiniert. Im Februar 2016 startete ein solches Energieeffizienz-Netzwerk in Essen, initiiert von den Unternehmerfrauen im Handwerk. Das Netzwerk besteht aus neun Innungsbetrieben, darunter zwei Malerbetriebe. Einer ist Marc-Alexander Kecker in Essen, Teil der Initiative wurde er über seine Frau Natascha. Sie ist eine der Mitbegründerinnen des UFH-Energieeffizienz-Netzwerks und zweite Vorsitzende der Unternehmerfrauen im Handwerk Essen.

Ein echter Netzwerker ist Marc-Alexander Kecker. Er ist Mitglied auf der Plattform »LokalesHandwerk.de GmbH«, über die wir in Mappe 08/2018 berichteten. »Aus Netzwerktreffen gehe ich immer mit vielen interessanten Impulsen heraus, das bringt mir und dem Betrieb sehr viel«, freut sich Kecker. Neue Erkenntnisse trage er als Obermeister auch gerne in die Innung. »Als das EEN startete, hatten wir nur eine kleine Werkstatt, angegliedert an unser Wohnhaus. Ein Energieberater checkte beides auf Einsparmöglichkeiten und nannte zwei bis drei Maßnahmen, die wir umsetzten. Eine Maßnahme war der Abbau eines stromfressenden Servers«, schildert Kecker. Kollegen im Netzwerk hätten zudem in eine Fotovoltaikanlage investiert. So konnte die Gruppe insgesamt 20 Prozent Energie einsparen.

Maler mit Bildungspartnerschaften Die Alemannen-Werkrealschule im südbadischen Denzlingen ist mit einer Schreinerei und einer Blechnerei, die Firma Hummel sowie mit dem Maler- und Lackierbetrieb Dages in Reute vernetzt. Malermeister Dages liegt als ehemaligem Obermeister das Netzwerken. Öffentlichkeitsarbeit für das Malerhandwerk und Bildung sind für ihn eine Herzensangelegenheit. Als vor zehn Jahren die Anfrage des befreundeten Rektors Berthold Fletschinger der Werkrealschule Denzlingen kam, ob er Interesse an einer Kooperation von Handwerksbetrieb und Schule hätte, sagte er sofort zu. Bereits im Herbst stellt er



Im Interview mit Robert Paulus, einer der beiden Geschäftsführer des Netzwerks »Edle Räume GmbH« in Fürstfeldbruck

»Erarbeitetes Wissen weiterzugeben ist meine Intention.«

Mappe: Was ist Ihr Ziel mit dem Netzwerk »Edle Räume Masterclub«?

Robert Paulus: Der Edle Räume Masterclub ist gleichermaßen ein Entwicklungs-, Positionierungs- und Marketingnetzwerk. Eine Plattform für genau diese Dinge zu geben ist die Grundidee. Das Ziel ist ein flächendeckendes Netzwerk mit gut ausgebildeten Partnern im deutschsprachigen Raum. Dem geeigneten Verbraucher soll die Möglichkeit geboten werden, überall die gleiche Leistung zu erhalten. Dem Malerhandwerk in einem gewissen Rahmen einen besseren Ruf zu erarbeiten ist dabei der wesentliche Faktor. Mit unserem Materiallabel »Lamurista« haben wir quasi ein »hausinternes« Ausbildungszentrum für Oberflächentechnik. Angefangen von zahllosen dekorativen Möglichkeiten sind wir mit Lamurista in der Lage, das Thema fugenlose

Bäder vollumfänglich unseren Partnern zu vermitteln. Bei der Entwicklung geht es aber auch um Themen wie Kundenansprache, Angebotstexte, Kalkulation, Showroomgestaltung, 3D-Planungen usw..

Mappe: Was bedeutet Ihnen persönlich Netzwerken?

R. Paulus: In der Gemeinschaft ist vieles leichter, manches überhaupt erst erreichbar und es macht auch deutlich mehr Spaß. Eine Gemeinschaft Gleichgesinnter kann deutlich mehr bewirken, wird viel besser und auch deutlicher wahrgenommen. Der ehrliche Austausch unter ähnlich tickenden Menschen und die kumulierte Erfahrung der Gemeinschaft bringt den Einzelnen schneller an Ziele, die alleine schwer oder vielleicht gar nicht erreichbar wären.



Rektor Berthold Fletschinger (von links), Malermeister Manfred Dages, Nadine Kiefer und Matthias Link arbeiten in der Bildungspartnerschaft zusammen

den Schülern das Malerhandwerk vor und im Frühjahr wird es eine Aktion für Schüler in seiner Werkstatt geben, wo diese unter seiner Anleitung kleine Werkstücke herstellen.

Junge Menschen begeistern

Nach Veröffentlichung von Berichten über die Aktionen des Betriebs mit den Schülern in der örtlichen Presse gingen im Malerbetrieb Dages nicht nur mehr Anfragen von Kunden, sondern auch von interessierten Schülern ein, die nach einem Ausbildungs- oder Praktikumsplatz fragten. »Eine Bildungspartnerschaft lohnt sich auf jeden Fall, um jungen Menschen und einer breiten Öffentlichkeit das Malerhandwerk näherzubringen und mit etwas Glück gewinnt man einen Azubi«, fasst Dages zusammen.

Erfahrungsaustausch unter Malern

Die Mappe-Erfahrungsaustauschgruppe, kurz Mappe-Erfa, gibt es bereits seit 2007.

Die Gruppe mit derzeit 13 Malerbetrieben aus ganz Deutschland und Österreich trifft sich zweimal jährlich in einem der Mitgliedsbetriebe. Kernpunkte der Treffen sind neben der Betriebsbesichtigung, der moderierte und informelle Erfahrungsaustausch und ein Fachvortrag von Handwerksexpertin und Coach Andrea Eigel. Alle Mitglieder bringen sich mit ihren Erfahrungen und Erkenntnissen ein und profitieren von den Erfahrungen der Kollegen. Ein Mix aus fachlichem Input und Erfahrungsaustausch, der sich an den Wünschen der Mitglieder orientiert und sich in seinem Rahmen sehr gut bewährt hat.

Erfa-Gruppen brauchen einen realen Rahmen

In einer Whatsapp-Gruppe unterstützt man sich bei aktuellen Fachfragen, diese ist aber nur ein ergänzender virtueller Baustein des realen Netzwerks. »Erfahrungsaustauschgruppen auf einem so individuellen, tiefgehenden Niveau sind in rein virtuellen Netzwerken für mich nur schwer vorstellbar, denn es geht um den persönlichen, vertrauensvollen Umgang und nicht so sehr um fachlichen Wissensaustausch. Dazu braucht es einen geschützten Raum und die direkte Rückkopplung mit anderen Menschen«, erklärt Andrea Eigel. »Die Erfa-Mitglieder sprechen ganz offen in der Gruppe. Dabei geht es um Ärger mit Kunden oder Probleme mit Mitarbeitern, aber auch um sehr persönliche Themen«, erläutert die Handwerksexpertin weiter.

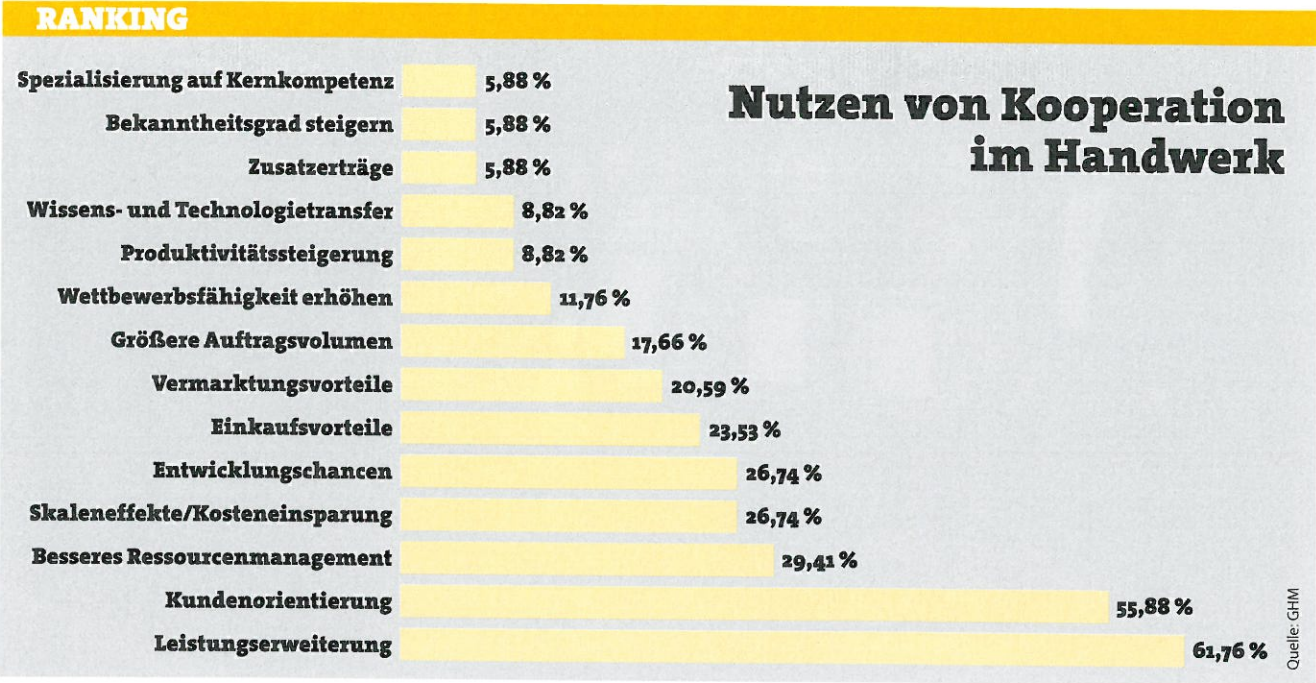
Das ist ein deutlicher Vorteil beispielsweise gegenüber Innungstreffen. Die Erkenntnis, dass auch die anderen ihren Rucksack zu tragen haben und ähnliches erleben, helfe, die eigenen Probleme einzuordnen und sich verbunden zu fühlen. In einem virtuellen Netzwerk sei so etwas nicht möglich. »

»Die Frage ist, worin liegt die Schwierigkeit, liegt es in der Kompetenz, Smalltalk zu führen oder dem Thema Netzwerken überhaupt eine Wichtigkeit zu geben?«, gibt Magda Bleckmann, Expertin für Erfolgsnetzwerke, zu Bedenken. Man könne ein Coaching oder ein Seminar buchen. Häufig gehe es darum, den Selbstwert zu stärken und sich als interessanten Gesprächspartner zu präsentieren. Bleckmann rät: »Suchen sie sich einen Verein oder eine Organisation, mit der Sie in Kontakt kommen wollen. Gehen Sie es aktiv an, informieren Sie sich, sprechen Sie mit den Menschen dort. Wichtig ist, dass Sie das Thema wirklich interessiert und Sie gern dort aktiv sein möchten. Denn gutes Netzwerken funktioniert nur, wenn Sie Spaß daran haben.« Wichtig sei auch, dass Geben und Nehmen im Ausgleich sind – eine Grundregel im Netzwerken. »Denken Sie zuerst ans Geben – wie können Sie dem anderen hilfreich sein?«, rät Bleckmann. Mit der Einstellung: »Es ist genug für alle da« – also auch genug Kunden oder Mitarbeiter für alle – ließen sich viele gemeinsame Netzwerkaktivitäten organisieren.

TIPP

Was tun, wenn Netzwerken schwer fällt?

MAPPE 02/19 • 61



Synergien in Maler-Netzwerken

nutzen Netzwerke für Malerbetriebe gibt es einige. Bei solchen Netzwerken desselben Gewerks geht es darum, Synergieeffekte zu nutzen, gemeinsam Marketing- und Unternehmensstrategien zu erarbeiten und sich durch Erfahrungsaustausch und Wissensvermittlung weiterzubilden. Eines der ältesten Malernetzwerke sind die »Opti-Maler-Partner«, 1984 von Werner Deck als Franchise gegründet, mit derzeit 52 Mitgliedern. 1999 wurde auch die »Farbrat eG« ins Leben gerufen, sie hat 25 Genossen (Mitgliedsbetriebe). 2014 startete das Franchise »Malerische Wohnideen«, dem sich 26 Betriebe angeschlossen haben. 2016 ging dann Matthias Schultze vom Malerfachbetrieb Heyse die Kooperation »Mein-Maler/Lieblingsmaler« mit derzeit 18 Betrieben an den Start.

Wissen weitergeben an Gleichgesinnte

Seit 2017 ist die Kooperation »Edle Räume – Die Raumgestalter« von Robert Paulus und Alexander Baumer aktiv und hat zurzeit acht Mitglieder. Das Kompetenz-Netzwerk wendet sich an Malerfachbetriebe »mit höchsten Ansprüchen an Qualität, Kreativität und Kundenzufriedenheit«. Mitglieder werden auf dem Laufenden gehalten, was moderne Wandgestaltungstechniken und neueste Materialien betrifft. Auch die persönliche Weiterbildung von Betriebsinhaber und Mitarbeitern steht im Fokus. Zehn Jahre habe er vor der Gründung an der Entwicklung eines

hochwertigen Konzepts gearbeitet. »Dieses Wissen nun weiter zu geben an Malermeister mit den gleichen Zielen und Wünschen ist mein Beweggrund«, sagt der Geschäftsführer. Mehr im Interview im Kasten auf Seite 60.

Alles aus einer Hand in Kooperation

Kunden wünschen sich Angebote verschiedener Gewerke aus einer Hand. Sie möchten einen einzigen Ansprechpartner, Lösungen aus einer Hand und wollen sich nicht um die Koordinierung verschiedener Gewerke kümmern müssen. Wenn dann bei umfangreichen oder stark verzahnten Maßnahmen auch nur eine gemeinsame Rechnung kommt, ist es perfekt. Das zeigte bereits eine Umfrage aus dem Jahr 2014 des ZDH zu Kooperationen im Handwerk.

Alles aus einer Hand unter einem Dach

Die U. Leibbrand GmbH aus Schorndorf zeichnet sich nicht nur durch Flexibilität aus (siehe Mappe 01/2018), sondern der 1923 gegründete Malerbetrieb ist zudem ein Komplettdienstleister. Außer Maler- und Stuckateurarbeiten werden Raumausstattung, Bodenbeschichtung, Beton- und Balkonsanierung angeboten, dazu der eigene Farben-Fachmarkt »Paletti«. Damit die Kommunikation zwischen den 90 Mitarbeitern verschiedener Gewerke auch gut funktioniert, hat der Betrieb eine Plattform zur Unternehmenskommunikation gestaltet. Dafür wurde die U. Leibbrand GmbH zum MALER DES JAHRES

2019 nominiert. Die breite Aufstellung wurde vor allem auf Wunsch der Kunden initiiert. Sie wollten auch bei größeren Projekten möglichst nur einen Ansprechpartner haben, wie Frank Krämer berichtet, der zusammen mit Thomas Mürdter den Betrieb führt. Ein weiterer Grund dafür, alles im Haus zu haben, sei gewesen, dass man nicht nur gute Erfahrungen mit Kooperationen gemacht habe. »Ich persönlich habe in den 1990er-Jahren erlebt wie Handwerkskooperationen entstanden sind und meistens leider auch wieder aufgelöst wurden«, sagt Frank Krämer. Weitere Vorteile gegenüber Kooperationen seien die direkte Einflussnahme auf Termin, Preis und Qualität.

Netzwerken macht deutlich mehr Spaß

Welche Kriterien sollte ein Netzwerk grundsätzlich erfüllen? Die Marketingexpertin Dr. Magda Bleckmann rät: »Sie müssen sich zuerst über folgendes klar sein: Was sind meine Ziel und welche Netzwerke unterstützen meine Ziele und wie viel Zeit bin ich bereit zu investieren? Passen mir die Aktivitäten, die dort gesetzt werden?« Bleckmann hält die Sympathie mit den agierenden Personen in den ausgewählten Netzwerken für einen wichtigen Faktor: »Sie werden ja Ihre Zeit mit diesen Menschen verbringen; deshalb müssen Sie sich wohl fühlen und Spaß sollte auch ein Kriterium sein, nach dem Sie ihr Netzwerk auswählen.«

Bärbel Daiber