



Jeder Betrieb hat eine unverwechselbare DNA, mit der sich die passenden Kunden, Mitarbeiter und Lieferanten anziehen lassen. Man muss sie sich nur klar machen und nach außen tragen. Holzbau Mörmann hat's getan – und profitiert enorm davon.

„Wir wissen jetzt genau, was wir können und wollen“

Betrieb Jedes Handwerksunternehmen hat ganz eigene und unverwechselbare Stärken und Qualitäten. Doch die meisten Betriebe versäumen es, mit diesen Pfunden zu wuchern. Dabei stecken darin die großen Chancen, den Betrieb gut aufzustellen, für künftige Marktbedingungen gewappnet zu sein und die persönliche Arbeitszufriedenheit zu steigern. Wie dies mit einer gezielten Positionierung und Markenbildung gelingen kann, zeigt Holzbau Mörmann aus Baden-Baden eindrucksvoll.

Matthias Eigel

Einige Zeit vor unserem hundertsten Betriebsjubiläum haben wir uns gefragt: Was können wir tun, damit wir die nächsten 100 Jahre ebenso gut hinkriegen und auch angesichts kommender Herausforderungen wie Ressourcenmangel, Effizienzsteigerung, der Digitalisierung und dem Anspruch an klimaneutrale Bauen als Betrieb und verantwortlicher Arbeitgeber an unserem regionalen Markt bestehen – und dabei noch großen Spaß an unserer Arbeit haben, auch in der nächsten Generation.“

So fasst Isabell Mörmann die Motivation zusammen, warum sie und ihr Mann, Zimmerer und Bauingenieur Klaus Mörmann, zusammen mit der Handwerksexpertin Andrea Eigel seit 2015 einen für die Branche noch ungewöhnlichen Weg beschreiten: Sie haben für Holzbau Mörmann ein klares betriebliches Profil erarbeitet, ihre Leistungen und Fokuskunden definiert, ihre Arbeitgeberqualitäten zusammengefasst und ausgebaut sowie all die Maßnahmen etabliert, mit denen sie ihr Profil nach innen und außen sichtbar machen.

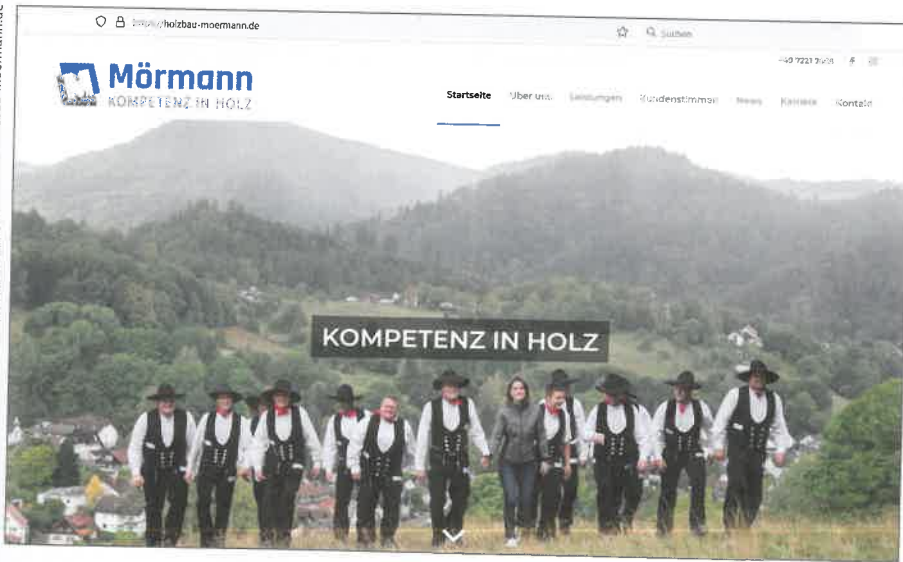
Für diese sogenannte Positionierung hat Andrea Eigel mit dem Matchpoint-Kommunikationssystem einen am Handwerksalltag ausgerichteten Werkzeugkasten entwickelt, mit dem sie Betriebe gezielt berät und begleitet.

Die eigenen Qualitäten benennen

„Wirklich jeder einzelne Handwerksbetrieb hat Stärken und Qualitäten, die so kein anderer hat“, ist Andrea Eigel überzeugt.



Kompetent, menschlich, bodenständig und – einzigartig. Bei der Firma Mörmann hat vieles einen roten (bzw. einen blauen) Faden, bis hin zur der von Kunden geschätzten jährlichen Weihnachtsaktion.



Mit starken, emotionalen Bildern wie diesen präsentiert sich Holzbau Mörmann nicht zufällig: Der gesamte Auftritt nach innen und außen ist das Ergebnis einer bewussten Positionierung des Baden-Badener Handwerksbetriebs.



Das Logo – vor und nach der Positionierung: von gewöhnlich zu unverwechselbar

„Doch den wenigsten ist die Besonderheit ihres Potenzials überhaupt bewusst, geschweige denn, dass sie diese Besonderheiten offensiv in der Vermarktung, der Kommunikation und als Kompass für ihr gesamtes unternehmerisches Handeln einsetzen.“ Ganz anders Isabell und Klaus Mörmann. Sie haben für sich die wesentlichen Fragen beantwortet: Was für ein Unternehmen wollen wir sein? Was an uns ist anders als an anderen Mitbewerbern? Wofür stehen wir und wofür wollen wir bekannt sein? Und wie finden wir mit diesem Wissen die Kunden und Mitarbeiter, die zu uns passen und mit denen sich wirtschaftlich, wertschätzend und angenehm arbeiten lässt? „Seither können wir unseren betrieblichen Kern mit Händen greifen“, sagt Isabell Mörmann. „Unser 15-Mann-Betrieb steht für Kompetenz in Holz. Wir erbringen sie mit wertigen, nachhaltigen und fairen Leistungen, die auf einem traditionellen Verständnis des Zimmererhandwerks beruhen. Und: Wir tun all das mit größter menschlicher Verbindlichkeit und guter Laune, weil uns beides wichtig ist – ob gegenüber Kunden oder Mitarbeitern, von denen wir übrigens dieselbe Einstellung erwarten.“

Mit Profil geht jede Aktion einfacher

Damit standen die Leitplanken für die künftige Ausrichtung und den Auftritt von Holzbau Mörmann fest. Mehr noch: Auch die Art und Weise, mit welcher Bildsprache, mit welchen inhaltlichen Aussagen und welcher Form von Werbe- und Kundenbindungsaktionen die Einzigartigkeit des Betriebs transportiert werden sollten, wurde zusammen mit Andrea Eigel entwickelt und seither umgesetzt. Zunächst erhielten die Website und das Logo gemäß dem definierten Profil eine neue Gestaltung und zugespitzte Inhalte. Auch eine Karriereseite fehlt hier nicht, auf der Holzbau Mörmann seine Qualitäten als Wunscharbeitgeber griffig darstellt und Mitarbeiter zu Wort kommen lässt. In den Sozialen Medien postet Isabell Mörmann regelmäßig Beiträge, die den Geist des Betriebs spürbar machen. Zu den Aktivitäten zählt seither auch eine besondere Weihnachtsaktion.



Isabell und Klaus Mörmanns Ziel ist es, Wunscharbeitgeber zu sein.

Matchpoint Kommunikations-System

Mit dem Matchpoint Kommunikations-System definieren Betriebe ein klares Profil für sich und ihr Unternehmen. Sie entwickeln die optimale 360°-Strategie, um zur emotional belohnenden Marke für ihre Fokuskunden und Fokusmitarbeiter zu werden – extrem gut sichtbar, auf allen relevanten analogen und digitalen Kanälen. Am Ende stehen

- ein eindeutige Positionierung aus betrieblichen Stärken heraus, mit denen Betriebe die richtigen Kunden und richtigen Mitarbeiter ansprechen.
- ein schlüssiges Markenkonzept mit allen Bestandteilen für die Umsetzung.
- ein schlagkräftiges Angebot für Fokuskunden und alle analogen und digitalen Maßnahmen, um es erfolgreich zu vermitteln.
- eine attraktive Darstellung als Arbeitgeber und eine Strategie, um analog und digital Fokusmitarbeiter zu gewinnen.
- nachvollziehbare Leitlinien für das gesamte Marketing.

Mehr Informationen:
www.matchpoint-system.de
www.andrea-eigel.de

Die Mörmanns verbinden ihren Weihnachtsgruß stets mit einer Spende für eine regionale gute Sache, bei der die Angeschriebenen aktiv den Spendenbetrag erhöhen können. Dazu ist allein nötig, dass sie den beigelegten Christbaumanhänger – 2021 wurde eine Sternschnuppe aus Holz gefertigt – selbst gestalten. Jeder Anhänger, der zum Betrieb und an den weithin sichtbaren Firmen-Weihnachtsbaum zurückfindet, erhöht die betriebliche Spendensumme um 10 Euro.

„Es ist unglaublich, wie uns dieses gemeinsame Engagement mit unseren Wunschkunden verbindet“, sagt Isabell Mörmann.

„Schon längst vor Weihnachten sprechen sie uns an, wie gespannt sie auf unsere nächste Weihnachtsidee wären – und legen zum Teil nicht nur den Baumanhänger, sondern auch noch eine eigene Spende bei.“

Das Gesamtpaket wird behutsam umgesetzt

Ein komplett durchgängiges Erscheinungsbild, Mitarbeiterkleidung mit eingestickten Mitarbeiternamen für eine bessere Kommunikation mit dem Kunden, wertschätzende Extras für Mitarbeiter bis hin zur Organisation von Impfterminen, jährliche Fotoshootings mit dem Team für diverse Werbeaktionen und vieles mehr: Die Liste der Maßnahmen, die die Firma Mörmann seit 2015 umgesetzt und somit ihr Profil immer weiter geschärft und lebhaft sichtbar gemacht hat, ist lang und noch längst nicht geschlossen: „Wir spüren, dass das Gesamtpaket wirkt und unseren Zielen dient“, bestätigt Isabell Mörmann und fügt hinzu: „Das Ganze ist ein dauerhafter Prozess, den wir Schritt für Schritt umsetzen. Natürlich investieren wir da einiges an Geld – doch das ist es uns absolut wert, wenn wir die Ergebnisse betrachten.“ Und die können sich sehen lassen. Seit sich Holzbau Mörmann positioniert hat, hat sich die Trefferquote bei den passenden Aufträgen erhöht. Das Miteinander im Betrieb ist noch besser geworden und Bewerber kommen von sich auf den Betrieb zu. Und nicht zuletzt ist die Zufriedenheit des Unternehmerpaars gestiegen. „Wir sind uns mittlerweile sehr sicher, dass wir den für uns richtigen Weg gehen und können sehr viel schneller anhand unserer eigenen definierten Kriterien in jedem unternehmerischen Bereich entscheiden“, beschreibt es Isabell Mörmann. Und sie betont: „Auch bei uns gibt es Differenzen und Unstimmigkeiten, die gerade auch charakteristisch für einen Familienbetrieb sind. Durch die erarbeiteten Leitlinien und Ziele fällt es uns dann leichter, diese gemeinsam auszuräumen und gegebenenfalls auch Abläufe anzupassen. Das spart nicht nur Zeit und macht vieles einfacher, sondern gibt uns auch ein Gefühl von Klarheit. Und das ist ein sehr gutes Gefühl.“ ■

Über den Autor Matthias Eigel

ist Inhaber von Kaleidoskop Marketing Service, einer Werbeagentur fürs Handwerk. Im Holzbaubereich ist Kaleidoskop für Berufsorganisationen, Zulieferer und vor allen Dingen die Betriebe selbst tätig.
www.kaleidoskop.de