

Pressemitteilung

**Was Handwerksbetriebe zum Erfolg führt –
aktuelle Studienergebnisse geben Einblicke**

München, 29. Februar 2008 – In einer Umfrage unter 653 Handwerksbetrieben aus ganz Deutschland hat das Münchner Forschungs- und Beratungsunternehmen ServiceBarometer AG die Erfolgsfaktoren im Handwerk untersucht. Die Betriebe kommen aus unterschiedlichen Branchen und geben einen Querschnitt des deutschen Handwerks. Die Studie „Manufactum“ wurde von der Adolf Würth GmbH & Co. KG initiiert und bereits zum dritten Mal durchgeführt. Die Ergebnisse informieren darüber, wo das Handwerk heute steht, wie es die Zukunft sieht, welche Stärken vorhanden sind und wo Ansatzpunkte für Verbesserungen liegen.

Faktoren des Erfolgs im Handwerk

Im Rahmen eines Betriebsvergleichs wurden Handwerksbetriebe in über 190 Fragen gebeten, u.a. zu den Themen Kundenorientierung, Leistungsangebot, Personalpolitik sowie zu Grundsätzen der Geschäftsführung Stellung zu nehmen. Anschließend wurden besonders erfolgreiche Betriebe mit weniger erfolgreichen verglichen: „Durch den Vergleich thematisiert und benennt die Selbstbewertung konkrete Erfolgsfaktoren. Den Betrieben bietet der Vergleich die Möglichkeit, die eigenen Stärken und Potenziale einzuschätzen“, so fasst der Vorstand von ServiceBarometer AG, Dr. Frank Dornach, die Zielsetzung der Befragung zusammen.

Zur Identifizierung der Erfolgsfaktoren wurde von ServiceBarometer AG speziell ein „Business Excellence-Modell“ für das Handwerk entwickelt (Abbildung siehe Seite 4).

Erfolgreiche Betriebe hören genau auf ihre Kunden

Die Ergebnisse zeigen, dass die erfolgreichen Betriebe in der konsequenten Kundenorientierung einen zentralen Stellenwert für den Betriebserfolg sehen. So stimmen 75% der erfolgreichen Handwerksbetriebe uneingeschränkt der Aussage „Der Erhalt und

die Bindung unserer Kunden hat bei uns einen hohen Stellenwert“ zu. Weitere Unterschiede: Erfolgreiche Betriebe nutzen Kundenbeschwerden häufiger systematisch zur Leistungsverbesserung, sie reagieren rascher auf Beschwerden, schulen ihre Mitarbeiter öfter in kundenorientiertem Verhalten und erbringen häufiger zusätzliche Serviceleistungen, um ihre Kunden damit zu überraschen.

„Erfolgreich sind Betriebe, denen es gelingt, die Wünsche der Kunden zu erfassen und in kreative Leistungen zu übersetzen. Gerade das Handwerk bietet abseits anonymer Standardisierung vielfältige und reizvolle Möglichkeiten“, so Dr. Frank Dornach.

Erfolgreiche Betriebe schätzen ihre Mitarbeiter

Neben der Kundenorientierung achten Erfolgsunternehmen auch in besonderer Weise auf ihre Mitarbeiter. Dies zeigt sich etwa an dem deutlich höheren Stellenwert, den erfolgreiche Betriebe der systematischen Mitarbeiterentwicklung sowie der Motivation der Mitarbeiter durch Lob sowie Geld- und Sachprämien beimessen: Während im Branchendurchschnitt etwa 43% die besonderen Leistungen ihrer Mitarbeiter in Form von Geldprämien anerkennen, liegt dieser Anteil bei den Erfolgsbetrieben bei 60%. Im Ergebnis berichten die Unternehmen über ein besseres Betriebsklima und geringere Fluktuation.

Darüber hinaus verfolgen die erfolgreichen Betriebe eine konsequente Qualitätsstrategie, sie beobachten ihre Wettbewerber mit größerer Aufmerksamkeit, tauschen sich aber auch öfter mit anderen Betrieben aus. Sie haben ein klar definiertes Geschäftsfeld, eine klar definierte Kernkompetenz und setzen auf einen professionellen Außenauftritt.

Sonderthemen „Betriebsübergabe“ und „Globalisierung“

Als Sonderthemen wurden in der Befragung in diesem Jahr Aspekte der Betriebsübergabe sowie der Globalisierung beleuchtet. Wie sich gezeigt hat, bereiten sich Erfolgsunternehmen intensiver auf eine Betriebsübergabe vor. Dagegen ist im Gesamtdurchschnitt nur eine Minderheit von rund 26% der Meinung, auf die Betriebsübergabe gut vorbereitet zu sein.

Von der EU-Erweiterung haben bislang vor allem die erfolgreichen Unternehmen profitiert. Generell bewerten diese Betriebe die Entwicklungen auch chancenorientierter, indem sie für sich mehr Vor- als Nachteile erkennen. Als Problem sehen die Betriebe die ansteigende Rohstoffverknappung, von der bereits jeder vierte Handwerksbetrieb betroffen ist.

Storyst of Success – Von den Besten lernen

Die Erfolgsfaktoren zeigen Potenziale auf. Wie diese genutzt werden können, veranschaulichen konkrete Umsetzungsbeispiele im nachfolgenden Teil der Studie. Insgesamt zehn Erfolgsgeschichten aus der Praxis vermitteln Einblicke in Strategien und Unternehmenskulturen von Top-Betrieben aus verschiedenen Handwerksbranchen. Dabei können ganz unterschiedliche Ansätze zum Erfolg führen – wenn etwa Ideen von Kunden systematisch in die Entwicklung neuer Produkte einfließen oder wenn nach dem Prinzip Kooperation aus Wettbewerbern Partner werden.

Zusammengefasst werden die Ergebnisse der Studie in der soeben erschienenen zweiten Ausgabe von „Manufactum“. Der Bericht kann über den Buchhandel bis zum 30.4.2008 zum Vorzugspreis bezogen werden (ISBN 978-3-89929-139-1).

www.handwerks-studie.de

www.wuerth.de/manufactum

Abdruck honorarfrei
Belegexemplar erbeten

Pressekontakt:

Dr. Beatrix Maulberger / Dr. Michael Neuner
c/o ServiceBarometer AG
Gottfried-Keller-Str. 12
81245 München
Telefon: 089 / 89 66 69-23
E-Mail: beatrix.maulberger@servicebarometer.de

ServiceBarometer AG

Das Forschungs- und Beratungsunternehmen ServiceBarometer AG mit Sitz in München ist Herausgeber des Kundenmonitor Deutschland, der mit bislang über 80 untersuchten Branchen umfassendsten Studie zur Kundenzufriedenheit und Kundenbindung.
www.servicebarometer.de
www.kundenmonitor.de

Business Excellence-Modell für das Handwerk

