



DIGITAL STEUERN, ANALOG LÄCHELN

DIGITALISIERUNG IM HANDWERK

TEXT Annette Hartmann

Wer einen Handwerksberuf ergreift, entscheidet sich früh gegen einen Computerarbeitsplatz im Büro. Im Gartenbau kommt die Freude am Grün und an der Tätigkeit unter freiem Himmel dazu. Wer aber jegliche digitale Unterstützung scheut, nimmt sich selber viele Chancen. Wo lohnt sich das Digitale? Wo punkten Unternehmenswerte?

Matthias Brack, Schreiner und Handwerksvisionär, zeigte auf den 55. Veitshöchheimer Landespflegetagen, welche digitalen Instrumente verschiedene Handwerksbranchen derzeit in ihre Werkzeugkoffer packen. Anschließend verriet Helmut Haas, erfahrener GaLaBau-Unternehmer und Gründer des GALANET, wie er sein Personal in Zeiten des Fachkräftemangels führt.

Es kann einem Maurer schon mulmig werden: In Australien baut eine Maschine namens „Hadrian X“ in drei Tagen ein Einfamilienhaus. Die Steine kommen aus dem 3D-Drucker, werden mittels eines Kranarmes bis zum Absetzpunkt transportiert und zwar non-stop, auch nachts. Für das Handwerk bleibt nur noch das Einbauen von Fensterstöcken und das Verlegen der Dachziegel. Da sieht es laut Matthias Brack im GaLaBau

◀ *Matthias Brack berichtete, wie andere Betriebe digital unterwegs sind.*

noch anders aus: Nur eine von sieben Kerntätigkeiten kann Stand heute von Robotern übernommen und somit automatisiert werden. Damit bleibt der Mensch in der Grünen Branche zwar weitgehend unersetzlich – er wird dabei andererseits aber auch nicht durch eine Automatisierung von langweiligen oder körperlich schweren Arbeiten entlastet.

APPETITLICHE ANGEBOTE

Weniger die Automatisierung als vielmehr die Digitalisierung von Teilen der Gesamtleistung kann im Handwerk schon entscheidende Vorteile bringen. Als Beispiel aus einer anderen Branche nannte Brack das Geschäftsmodell von „banovo“. Das setzt auf Onlineberatung und -planung bei der Modernisierung von sanierungsbedürftigen Bädern. Der Kunde erhält eine fotorealistiche Planung. Gebaut wird das Bad dann über einen Handwerkerpool, der sich terminlich digital abstimmt. Dass man trotz guter Ideen ins Straucheln kommen kann, zeigte sich bei diesem Beispiel allerdings kurz vor den Landespflegetagen. Banovo musste am 20.02.2023 Insolvenz anmelden. Laut Registerbekanntmachung vom 3. März wurde vom Amtsgericht



Helmut Haas: „Ein ausgedruckter Plan war gestern. Heute packt der Vorarbeiter sein Laptop aus.“

Fotos: Annette Hartmann

München über das Vermögen der Gesellschaft die vorläufige Insolvenzverwaltung angeordnet. Offen bleibt, ob es an der Idee oder an der Umsetzung haperte – acht Jahre lang konnte sich das digital gestützte Angebot im Markt halten.

„Machen Sie doch Ihren Kunden mehr Appetit“, ermunterte Brack die GaLaBauer und präsentierte 3-D-Zeichnungen eines Solar-Carports und eines Wintergartens aus dem Portfolio seines Schreiner-Betriebes. Solche Visualisierungen böten einen Mehrwert für den Kunden. Je nach Aufwand könne die digital umgesetzte Planung eines Tages auch als Sonderleistung verkaufbar werden. Und noch etwas lasse sich vom Beispiel des Badanbieters banovo lernen: Die Abstimmung von Terminen, bei denen mehrere Gewerke und natürlich die Kundschaft unter einen Hut gebracht werden sollen, ist online am einfachsten. Sie fördere außerdem die lokale Vernetzung von Betrieben aus der gleichen Gegend, was auch bei künftigen Projekten hilfreich sein könne.

DER FIRMA EIN GESICHT GEBEN

Digitale Möglichkeiten für Handwerksbetriebe sah Brack auch im Marketing und der Kundenbindung: Der Google-Business Eintrag sei das Mindeste an Sichtbarkeit für jede Firma, entspreche die darüber mögliche bessere Platzierung in der Suchmaschine doch den früheren „Gelben Seiten“.

Nach der Pflicht folgt die Kür – und die liegt vor allem im Engagement für eine lebendige Kundenbeziehung. Gut könne diese gelingen, wenn die Kundschaft über Fotos an dem Produktionsprozess etwa für zentrale Bauteile teilnehmen könne („So sieht Ihr Wintergarten zur Zeit aus“). Der Referent führte in Veitshöchheim auch Beispiele von Handwerksbetrieben vor, die ihren Produkten Namen gaben, Fotos von Mitarbeitern auf Postkarten druckten und deren Porträts sogar riesengroß auf ihrer Fahrzeugflotte prangen ließen. Das stärke das Selbstbewusstsein der Stammebelegschaft. Die Firma bekäme im wahrsten Sinne des Wortes „ein Gesicht“. So baue sich eine eigene regionale Marke auf.

Was ist an solchen Bilderaktionen digital? Professionelle Werbeideen, die Erstaunliches, Überraschendes, Kreatives enthalten und dazu noch fotografisch gut umgesetzt sind, machen sich gut auf der Website der Firma als digitalem Aushängeschild rund um die Uhr. Vor allem aber: Solche Bilder wer- ►

► den über social media bereitwillig weitergeleitet. Das bedeutet kostenlose massenhafte Verbreitung vor allem in junge Zielgruppen hinein, die sich mit ihren Smartphones viele Stunden täglich auf den einschlägigen Foren tummeln. Ideal für die Nachwuchsgewinnung!

DAS NETZWERK FÜR DEN BETRIEB

Mit Bildern im übertragenen Sinne führt auch Helmut Haas seit 40 Jahren sein GaLaBau-Unternehmen. Genauso wie Schreiner Brack nutzt er vielfach digitale Medien in dem Wissen, dass er mit einem hohen Digitalisierungsgrad die richtigen Leute anzieht und an die Firma bindet. Bei ihm verlassen die Vorarbeiter morgens den Hof nicht mehr mit einem ausgedruckten Plan in der Tasche, sondern mit einem Laptop.

Das firmeninterne Netzwerk ist der „Haasestall“. Und die überwiegend im Winter angebotenen Weiterbildungseinheiten – kurze Videos, zu denen anschließend ein paar Fragen zu beantworten sind – werden als „Haasenfutter“ bezeichnet und über „Microsoft Teams“ ortsunabhängig angeboten. Wer alles richtig beantwortet, bekommt 15 Minuten Arbeitszeit gutgeschrieben.

Regelmäßig erfährt das Leitbild eine Überarbeitung und zwar durch die ge-

samte Besatzung. Hierfür lässt der Firmengründer das „Haas-Schiff“ in den Köpfen seiner Leute in Seenot geraten und fragt dann: „Was wollt Ihr über Bord werfen? Was brauchen wir noch? Was soll sich ändern?“ Bei der Erfüllung von Wünschen geht Haas ziemlich weit. Er betont, dass der alte Spruch vom Mitarbeiter als dem größten Kapital spätestens jetzt, in Zeiten des Fachkräftemangels, endlich gelebt werden muss.

Auch scheinbare Selbstverständlichkeiten, wie eine gute Organisation des Betriebshofs, sind für das Betriebsklima gut: „Es macht Spaß, zu wissen, wo ein Gerät steht!“ Und ebenfalls wichtig, um die Mitarbeiter im Betrieb zu halten ist es, spannende Projekte an Land zu ziehen. Damit nicht genug: Für jeden in der Belegschaft gibt es ein Konzept für die Karriereleiter. Haas bietet über eine Weihnachtsfeier hinaus mehrere Veranstaltungen pro Jahr an, bei denen die ganze Familie beteiligt und eingeladen ist. Womit er sich aber endgültig von anderen Arbeitgebern abhebt, sind Services wie Gesundheitsvorsorge und eine individuelle Anpassung der Arbeitszeiten.

INVESTMENTS IN FAMILIE UND GESUNDHEIT

Wer zuhause kleine Kinder oder pflegebedürftige Angehörige hat, ist mit „später kommen“ oder „früher gehen“ glück-

licher als mit dem starren 8-Stunden-Pensum. Die Arbeitszeitanpassung kann bis hin zur 4-Tage-Woche gehen – alles bei entsprechend weniger Lohn. Hilfe bei gesundheitlichen und privaten Problemen? Aufmerksame Vorgesetzte merken, wenn etwas nicht stimmt, egal ob körperlich oder seelisch. Eine kürzlich aufgrund von Umfrageergebnissen eingesetzte Gesundheitsmanagerin greift jedem, der es wünscht, diskret unter die Arme. Sie vermittelt einen Termin beim Arzt, die Firma übernimmt die Hälfte von zwei Physiotherapie-Behandlungen pro Monat und einmal pro Woche wird „CrossFit“-Betriebssport angeboten. Auch hier zahlt teils die Krankenkasse, teils das Unternehmen.

Bei den Maschinen, Geräten und beim Fuhrpark ist ihm nicht nur ein gepflegter Zustand wichtig, sondern auch die Gefühlswelt der NutzerInnen. Und hier bemerkt Haas Veränderungen, etwa bezogen auf die Pkw-Nutzung: „Die jungen Leute denken, dass jeder, der einen Verbrenner fährt, 'eine Drecksau' ist. „Allein schon deshalb ist mir der CO₂-Abdruck nicht egal, den wir hinterlassen.“ Also investierte er in sieben E-Autos und 12 Ladesäulen. Hervorragend angekommen seien tatsächlich auch Dienstfahräder.

Was das alles für das Betriebsergebnis bringt? Für Haas eine ganze Menge, denn: „Management allein, also Ziele, Zahlen, Daten und Fakten, all das ist nur die eine Seite des Organisationssystems. Genauso wichtig für den Erfolg ist das Wohlbefinden der Menschen, Kultur, Werte, Verhalten und Gefühle – und das macht Führung aus.“ Der erfahrene „Haase“ verlässt die Bühne in Veitshöchheim mit folgendem Wink fürs Publikum: „Wenn morgens bei uns die Autos vom Hof fahren, dann stehe ich als Chef am Tor und winke. Warum? Weil meine Leute dann schon das erste Mal gelächelt haben. Probieren wir es aus: Wer winkt, bringt das Gegenüber zum Lächeln.“ Sagt er und hebt die Hand zum Gruß – der Saal lächelt. Augenzwinkernd fügt er hinzu: „Und was dann jeden Morgen danach im Auto gesprochen wird, das höre ich ja nicht...“ 🌱



Helmut Haas: „Wer winkt, zaubert ein Lächeln auf die Gesichter. Probieren Sie es aus!“