

6. Unternehmer-Tag der Firma DATAflor

Das Grün in die Mitte der Gesellschaft schieben

Diese Forderung erhob der niederländische Kollege Nico Wissing, der den über die Grenzen arbeitenden Betrieb Wissing Tuinen, AR Megchelen Niederlande leitet, im Rahmen

Handeln, das sich auf den Markt richtet. Wie bei einem Mobilé müssten alle Marketing-Aktivitäten im Gleichgewicht sein, denn sonst entsteht eine Schiefelage. Er rief zur Ehrlichkeit in Qualität

heben wir uns von der Konkurrenz ab. Auf dem Aufmaß basiert die folgende Entwurfsplanung. Wir haben die „Pole Position“ bei der Auftragsvergabe“. Professionelle Hilfe bietet Rain Bird Deutschland GmbH, so Dirk Haack. „Der Markt für Hausgarten-Beregnung wächst überproportional“ so seine Feststellung. Als Beregnungsexperte in der Region könne man sich ein lukratives zusätzliches Standbein schaffen. Rain Bird bietet die Ausbildung zum Beregnungsfachinstallateur, Schulung von Theorie und Praxis, Produktschulung, Planung, Installation, Inbetriebnahme, Wartung und Pflege sowie Marketing. Vermittelt werden Basiswissen über Hydraulik und Anlagendesign, Auswahl und Anordnung der Regner, Wassermanagement (Verteilung, Berechnung der Niederschlagsmengen und Beregnungsdauer) sowie die Ausfertigung eines kompletten Projektes. Professionelle Hilfe bietet auch

Arbeit von der Akquise bis zur Abwicklung ungemein! Gerade im Privatgarten ist die Visualisierung einer Idee kaufentscheidend (...vor allem bei den Ehefrauen!)“ Nico Wissing spannte einen weiten Bogen zwischen Visionen, ausgeführten oder betreuten Projekten in aller Welt bis zu der Grundforderung, Grün in die Mitte der Gesellschaft zu schieben. Er forderte dazu auf, nicht nur zu bauen, sondern darüber auch zu erzählen und den Wert unserer Arbeit zu vermitteln. Zu seinen Wertvorstellungen gehören die Verwendung heimischer natürlicher Baustoffe und die Dominanz der Pflanze gegenüber dem Material. Er wiederholte eine alte Forderung der Grünplaner, früher in das Planungsgeschehen einbezogen zu werden: „Wir wollen ein Teil der Planung sein, wobei Grün dominiert“. Mit Nischen zum Erfolg kommen ist das Credo der letzten Jahre. Können Baumschulen dabei hel-



Helmut Haas im Gespräch mit August Forster.



Die Veranstalter und Referenten (vorne, von links): Hans Ludwig Honig, Jürgen Tewes, Dirk Haack, Fred Fuchs, Hans Hauf, Kurt Sachs, (hinten, von links) Hanns-Jürgen Redeker, Jan-Dieter Bruns, August Forster, Georg v. Koppen, Dirk Springer und Helmut Haas.

ze zu schaffen, so Bruns. Er wies auf Stauden und Gräser, Bambus und vorgezogene Hecken, Kugeln und Pyramiden, auf die Möglichkeit der Sommerpflanzung, die Dekoration mit attraktiven Pflanzen in Holzkisten und große Solitärs hin. Stimmung mit Pflanzen bringen, so seine Forderung. Ja, Baumschulen können wirklich Trendsetter sein. Das sollte man beobachten. Gute Mitarbeiter finden und halten ist eine zentrale Aufgabe eines Unternehmers. Dipl.-Ing. Helmut Haas, Geschäftsführer Helmut Haas GmbH & Co und der „Lust auf Garten“ Gesellschaft sprach über Personalentwicklung/Mitarbeiterbindung. Wie findet man die besten Mitarbeiter und bindet sie ans Unternehmen? Haas ging von einer ganzheitlichen strategischen Vision aus. Zentrales Anliegen ist das Erreichen der Marktführerschaft in der Region. Der Marktführer wirkt wie ein Magnet und zieht Kunden und Mitarbeiter an. Basis ist eine Orientierung an den Mitarbeitern, den Kunden und dem Ergebnis. Haas: „schlechte Mitarbeiter gefährden Unternehmen, gute Mitarbeiter erhalten Unternehmen geradeso am Leben, die besten Mitarbeiter bringen Wachstum und Erfolg“. Haas

unterscheidet Zugpferde, Mitläufer und Bremser, wobei er auch den Chef als möglichen Bremser einstuft. Auch einen Chef als Antrieber mag er nicht. Der Einstellungsprozess bedarf eines systematischen Vorgehens mit klaren Zielvorstellungen bezogen auf die zu besetzende Stelle. Nach einer Grobfilterung definiert er folgenden Feinfilter: Telefonische Kontaktaufnahme, Telefonische Terminvereinbarung zum Vorstellungsgespräch, Unternehmenspräsentation, Unternehmensrundgang, Partneranalyse, Führung des Vorstellungsgesprächs, Arbeit auf Probe, Zusendung des Arbeitsvertrages, Probezeit. Mitarbeiter an das Unternehmen binden setzt voraus, dass man Visionen vermittelt, denn begeisternde Vision schafft begeisterte Mitarbeiter, begeisterte Mitarbeiter schaffen begeisterte Kunden und begeisterte Kunden schaffen weitere begeisterte Kunden. Das nächste Standbein ist die Unternehmensphilosophie. Sie beschreibt die Kommunikation und das Verhalten des Unternehmens gegenüber Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten und Geschäftspartnern. Wird sie gelebt, dann werden auch Erfolge gefeiert, denn sie schenken Aufmerksamkeit, Anerkennung, Wertschätzung und Vertrauen. Haas: „Erfolge feiern beflügelt,

setzt eine Menge Energie frei und unterstützt die Unternehmenskultur nachhaltig“. Sein Schlusswort: „Lernen Sie Ihre Mitarbeiter zu „lieben“. Plankostenrechnung war das Thema von Dipl.-Ing. Kurt Sachs, Geschäftsführer Spiro Projekte. Er behauptet, dass man mit Stärfenmanagement zu 30% Ertrag/Gewinn komme. Das kann man als Berater natürlich einfach behaupten und in Zeichen der

Finanzkrise kann man auch Zweifel anmelden. Doch hier wird nicht gezoekt, sondern ganz nüchtern mit strategischen Zahlen umgegangen. Ein fester Stamm von Beratungskunden unterstreicht seine These. Dirk Springer von der DATAflor AG gab einen Überblick über die Möglichkeiten der Programme, innerbetriebliche Transparenz herzustellen. Profitable Marktsegmente lassen sich so erkennen und ausbauen. Kann eine kleine Freude ein Erfolgsfaktor für ein Unternehmen sein? Georg v. Koppen, Unternehmensberater, Netzwerk-Gärten bejaht diese Frage, denn Studien zeigen, dass die emotionale Bindung entscheidet. 80% aller

Blick in den Festsaal des Schlosses Karlsruhe-Durlach. Fotos (3): DATAflor

und Preis auf und gab den Zuhörern viele brauchbare Tipps für den Alltag mit, sei es schon bei der Annahme eines Anrufes oder bei der Gestaltung des Internetauftritts. Bewässerungsplanung ein Türöffner? Hans Hauf, Hauf & Hauf Garten- und Landschaftsbau und Dirk Haack, Rain Bird Deutschland GmbH sind davon überzeugt. Hans Hauf begann 1999 als Vater/Sohn-Betrieb in der Gemeinde Colmburg, Landkreis Ansbach. Mit 14 Beschäftigten betreibt er klassischen Gala-Bau im Hausgarten, Bewässerungsanlagenbau, Schwimmteichbau, Licht im Garten. Zu 95% sind es Privatkunden, die er in einem Aktionsradius von ca. 40km in Westmittelfranken betreut. Seit 2007 ist er Rain Bird-Platinpartner. Am Anfang steht das Aufmaß mit der Totalstation, so Hauf, denn der Kunde schätzt es sehr, wenn man sich für sein Grundstück interessiert. „Durch das Aufmaß

des 6. Unternehmer-Tages der Software-Firma DATAflor. Unter dem Titel „Profitbringer Betriebsführung“ stand dieser Tag Ende Januar in Karlsruhe. 150 Zuhörer dokumentierten, dass sich diese Veranstaltung etabliert hat und das Programm ankommt. Dass auch der Präsident des BGL, Hanns-Jürgen Redeker, kommt und Grußworte spricht, ist nicht selbstverständlich. „Die Zeichen stehen auf Grün“ ist seine Botschaft, der Garten sei der Zufluchtsort, in dem man in dieser Zeit zu Hause ist und Muße findet zur Sinnsuche. Das Marketingmobilé stellte August Forster, Gärtnermeister, Forster Garten und Landschaftsbau GmbH & Co.KG aus Bonn und Präsidiumsmitglied des BGL in den Mittelpunkt seines Referates. Als Marketing bezeichnete er jedes unternehmerische



Das Marketing-Mobilé. Grafik: Forster

das neue CAD-Modul Bewässerung von DATAflor. Hauf: „Wer den Einarbeitungsaufwand nicht scheut, kann sich mit Beregnungsanlagen ein neues Geschäftsfeld erschließen. Moderne Branchensoftware ersetzt aber nicht den Landschaftsarchitekten, doch sie erleichtert die

fen? Jan-Dieter Bruns, Bruns-Pflanzen-Export GmbH & Co. KG zeigte in seiner Pflanzenschau auf, wie sehr auch Baumschulen neue Trends initiieren. Das beste Beispiel ist der explodierende Markt der „Bonsai“. Das beschränkt sich nicht nur auf Kiefern, sondern bei verschiedenen anderen Pflanzen werden Versuche unternommen, Kaufanrei-

Stadtmobiliar
Fahrradparksysteme
Überdachungen

VelopA
CITYSTYLE

Beckerfelder Straße 96 47269 Ditzburg
Telefon 0203 71 2997 16 Fax 0203 71 2997 17
Email info@velopa.de www.velopa.com

Kaufentscheidungen werden durch Emotionen bestimmt. Wer Kunden gezielt Wertschätzung und Anteilnahme entgegenbringt, tut nur genau das, was nötig ist um sich vom Wettbewerb abzusetzen, in guter Erinnerung zu bleiben sowie eine Kundenbeziehung aufzubauen und langfristig zu pflegen. Es gilt den Kunden zu überraschen.

Georg v. Koppen: „Sie möchten die Erwartungen Ihres Kunden nicht nur treffen, sondern übertreffen? Dann sind Sie am Zug. Gelingt es Ihnen etwas zu tun, was Ihr Kunde so nicht erwartet hätte? Können Sie ihm ein „Toll, damit habe ich nicht gerechnet“, entlocken?

Es gibt viele Wege, Menschen emotional zu berühren: Zelebrieren Sie die Gartenübergabe als Fest. Lassen Sie Ihren Kunden am Bau des Gartens symbolisch durch den ersten Spatenstich teilhaben. Oder geben Sie der Zusammenarbeit auf andere Weise eine persönliche Note. Überraschungsqualität fängt dort an, wo die Erwartungen Ihres Kunden enden: Hier entscheiden liebevolle Details und eine aufrichtige Anteilnahme am Kunden als Menschen.

Den Zuhörern gab er mit auf den Weg: Voraussetzung für glückliche Kunden sind ein positives Betriebsklima und zufriedene Mitarbeiter. Der Weg zu langfristig erfolgreichen Kundenbeziehungen führt über eine klare Organisation des Unternehmens, eindeutige Arbeitsabläufe für die Mitarbeiter und gegenseitiger Respekt.

Ist es Zufall oder gezielte Organisation, dass ein Musterbeispiel für das Tagungsthema den Schlußpunkt setzte? Fred Fuchs, Fuchs baut Gärten GmbH, Gärtner von Eden aus Lengries berichtete nicht nur aus der Praxis, sondern setzte sich auch mit den Gegebenheiten des Marktes auseinander.

Den inneren Herausforderungen Nachfolge, Controlling, Personalstruktur, Strategie, Eigenkapital, Rendite stehen die äußeren He-

rausforderungen gegenüber. Das sind Bürokratie, Schattenwirtschaft, Zahlungsmoral, Basel 2, Steuern + Abgaben, EU-Erweiterung, Generalunternehmen, Wettbewerb und demographische Entwicklungen.

Die Zukunftsfähigkeit der Unternehmen wird abhängen von ihrer Innovationskraft, ihrer Sichtbarkeit im Markt und ihrer Kooperationsfähigkeit. Fuchs: „Einzelkämpfer werden es immer schwerer haben“. Die Ziele der Gärtner von Eden seien, so Fuchs:

- Wir werden Top-Gartengestalter
- Wir haben begeisterte Kunden
- Wir haben wirtschaftlichen Erfolg
- Wir werden Marktführer im Premiumsegment

Dazu geben sie ihren Mitgliedern umfangreiche Hilfen und streben eine „Marke“ an, denn für Markenprodukte ist der Kunde bereit, mehr Geld auszugeben. Gute Marken zeichnen sich aus durch erstklassige Produkte/Dienstleistungen, einen hohen Bekanntheitsgrad und langfristige Kundenbindung.

Um das zu erreichen, wollen die GvE weg von den klassischen Garten-Typisierungen, die sich an Pflanzen, Landschaftsbildern u.ä. orientieren, hin zur Orientierung an den Bedürfnissen und der Persönlichkeit der Gartenbesitzer bzw. -nutzer.

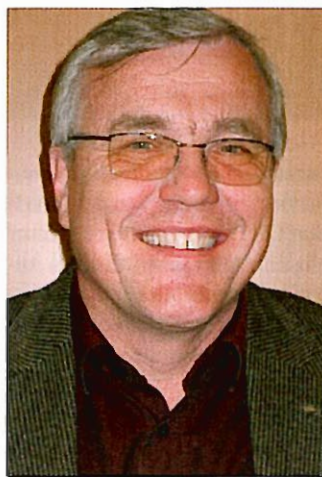
Der Gartenbesitzer wird sich so seiner Bedürfnisse bewusster, er fühlt sich verstanden und Missverständnisse werden vermieden. Der Gärtner kann die Bedürfnisse genauer erfassen, er kann die Wünsche widerspiegeln und kann sich als Kunden- bzw. Menschenverstehere positionieren. Zurück zur Botschaft des BGL-Präsidenten:

- Garten, ein Ort zur Selbstverwirklichung
- Garten, ein Ort für Erlebnisse
- Garten, ein Ort für Wellness & Gesundheit
- Garten, ein Ort für Harmonie & Lebensenergie

Alfred Niesel

FGL-Präsident Eiko Leitsch: Infrastrukturmaßnahmen eine Chance für den GaLaBau

Für mehr Optimismus und Zuversicht im GaLaBau hat der Präsident des Fachverbandes Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau (FGL) Hessen-Thüringen, Eiko Leitsch, plädiert. Die angekündigten Konjunkturprogramme der Bundesregierung



Eiko Leitsch plädiert für mehr Zuversicht. Foto: FGL Hessen-Thüringen

würden der grünen Branche in den nächsten Monaten zahlreiche Chancen bieten, sagte er anlässlich des Neujahrsempfangs der grünen Berufsverbände in Frankfurt am Main.

„Die Krisenstimmung in der Wirtschaft macht es vielen Branchenkollegen sicher nicht leichter“, so Leitsch. Demgegenüber gebe es allen Anlass zuversichtlich in die Zukunft zu schauen. „Wir haben die Möglichkeit durch die beabsichtigten Maßnahmen zu profitieren“, so Leitsch, „schließlich besteht die Absicht, stark in die öffentliche Infrastruktur zu investieren. Dabei können Landschaftsgärtner und -Architekten eine wichtige Rolle spielen.“

Der FGL-Präsident verwies auf eine im November abgeschlossene Konjunkturumfrage unter den Mitgliedsbetrieben des Fachver-

bandes in Hessen und Thüringen. Danach war die Stimmung insgesamt positiv. Während die aktuelle Einschätzung des eigenen Betriebes mit der Schulnote 2,5 und die der Branche mit 2,7 (2007: Betrieb 2,6; Branche 2,8) bewertet wurde, gab es leichte Veränderungen beim Blick auf die nächsten fünf Jahre. Die Note lag beim eigenen Betrieb dann bei 2,6 (2007: 2,8), bei der Sicht auf die Branche bei 3,0 (2007: 2,9). Neben höheren Materialkosten hätten auch gestiegene Kraftstoffpreise auf das Ergebnis in 2008 gedrückt, hieß es in der Umfrage.

Für Leitsch ist es wichtig, dass die grünen Verbände in den angekündigten Krisenzeiten deutlich machen, was ihre eigenen Vorteile sind. „Wir leben in Zeiten, in denen immer wieder über die Nachhaltigkeit diskutiert wird. Investitionen ins Grün sind Aufträge in eine Nachhaltigkeit. Die grünen Branchen leisten einen unschätzbaren Beitrag zum Erhalt unserer Umwelt. Investition in grüne Infrastruktur machen Städte und Gemeinden daher fit für die Zukunft und geben ihnen große Chancen.“ Leitsch forderte seine Kollegen auf, durch Lobbyarbeit und geschicktes Marketing vor allem die Krise dazu zu nutzen, das öffentliche Bewusstsein für das Thema Grün zu stärken und auszubauen.

Ein wichtiger Impuls für die Zukunft sei deshalb das unbedingte Festhalten der politischen Verantwortlichen an Großveranstaltungen wie Landesgartenschauen. „Grundsätzlich sind solche Events wichtige Impulsgeber für eine nachhaltige Stadtentwicklung. Vor allem vor dem Hintergrund des zunehmenden Klimawandels gewinnt die Begrünung von Städten und Gemeinden stark an Bedeutung“, so Leitsch.

cm/FGL Hessen-Thüringen