

D6164

06.19

eurowoodcolor

DAS MAGAZIN FÜR DEN HANDEL

Tapete

Gemeinsam für
mehr Absatz

Multilayer

Was diese Böden
so erfolgreich macht



PACKEN WIR'S AN

Neue Produkte für neue Räume

EINE MEININGER PUBLIKATION

„Macht euch **attraktiv** für **eure Kunden**“

Raum³-Konzepttagung in Stuttgart mit Gastredner Udo Herrmann



FOTOS: STOLPMANN/JÜNGER

Erfolgreiche Konzepttagung: Rund sechzig Teilnehmer waren nach Stuttgart zum persönlichen und fachlichen Erfahrungsaustausch gekommen.

Die diesjährige Raum³-Konzepttagung von Südbund bot den Teilnehmern einen außergewöhnlichen Tagungsort und jede Menge Praxiswissen aus erster Hand. Rund um das Thema Marketing gaben Südbund und der Gastreferent Udo Herrmann in Stuttgart wertvolle Tipps und Hilfestellungen.

Ein fester Termin für viele Raum³-Mitglieder ist die Konzepttagung, das jährliche Event der Premiummarke von Südbund. Tagungsort am 17. Mai war in diesem Jahr die baden-württembergische Landeshauptstadt Stuttgart. Umgeben von besonderer Architektur und nicht nur ein Hingucker für Automobil-Liebhaber bot das Mercedes-Benz Museum einen inspirierenden Rahmen für den fachlichen und persönlichen Erfahrungsaustausch.

Rund sechzig Teilnehmer konnten die Südbund-Vorstände Klaus Kurringer und Andreas Well zur Raum³-Konzepttagung begrüßen. „Ich freue mich, in diesem Jahr auch neue Gesich-

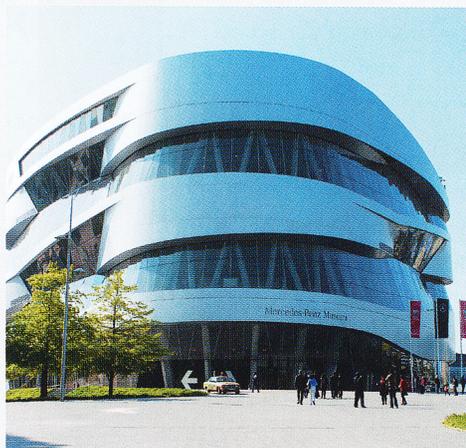
ter unter den Teilnehmern zu sehen. Es ist schön, wenn die Veranstaltung Kreise zieht“, so Andreas Well, der sich über den für die Veranstaltung gewonnenen Referenten besonders freute: „Mit Udo Herrmann haben wir einen tollen Moderator, dessen nachhaltige

Wirkung seiner Vorträge ich aus eigener Erfahrung bestätigen kann. Bis heute greife ich auf Anregungen zurück, die er gegeben hat.“

Ganz viel Praxiswissen

Und Udo Herrmann verfehlte auch bei den Teilnehmern der Konzepttagung seine Wirkung nicht: Eloquent, mit Charme und noch mehr Praxiswissen führte der branchenbekannte Herrmann durch den Tag. Als selbstständiger Schreinermeister, Redner, Autor und Coach weiß er, wovon er spricht, weil er täglich vor den gleichen Herausforderungen steht wie seine Zuhörer. Herrmann gibt seine Erfahrungen an Handwerksbetriebe weiter mit dem Ziel, Betriebsabläufe zu optimieren und Mitarbeiter zu motivieren.

Den Teilnehmern der Konzepttagung bot er nicht nur theoretisches Wissen in Sachen Unternehmensführung und Marketing, sondern praxistaugliche Lösungen für mehr Freu-



Ausgefallene Location: Tagungsort war diesmal das Mercedes-Benz Museum in Stuttgart.

de, Freiraum und Gewinn im betrieblichen Alltag.

Nach Einblicken in sein eigenes Unternehmen und seinen Werdegang stieg Udo Herrmann in die konkrete Praxis ein. „Wir haben in unserem Betrieb immer versucht, aus unseren Fehlern zu lernen und die Dinge besser zu machen. Und ich lerne immer noch von Kollegen, so kommen wir Schritt für Schritt weiter.“ Als wichtigen Baustein in diesem Zusammenhang nannte er unter anderem die gewerkeübergreifende Zusammenarbeit und den Austausch mit anderen Handwerksbetrieben vor Ort. Ein zweiter wichtiger Baustein sei die Wertschätzung für die eigene Leistung. „Es soll Kollegen in der Branche geben, wo der Preis immer im Vordergrund steht. Doch so gewinnen wir nicht die Kunden, die wir brauchen. Wenn die Ladentür bei Ihnen klingelt, kommen mit Sicherheit Menschen herein, die signalisieren, dass sie Qualität, ein tolles Produkt und eine tolle Handwerksleistung wollen. Alle andere Kunden kommen gar nicht durch Ihre Tür.“

Checklisten wichtig

Um diese Kunden abzuholen, optimiert Udo Herrmann seit zwanzig Jahren die Prozesse in seinem Betrieb. Angefangen bei einem Formular für den Erstkontakt mit dem Kunden bis hin zur Checkliste für die Mitarbeiter für das Beladen der Firmenfahrzeuge stellte Herrmann den Zuhörern verschiedene Werkzeuge vor, die Hilfestellungen für den täglichen Betriebsab-



Über eine gelungene Veranstaltung freuten sich (v.l.n.r.): Referent Udo Herrmann, Vorstand Klaus Kurringer, Berhard Hehn, Marketing-Kommunikation, und Vorstand Andreas Well (alle Südbund).

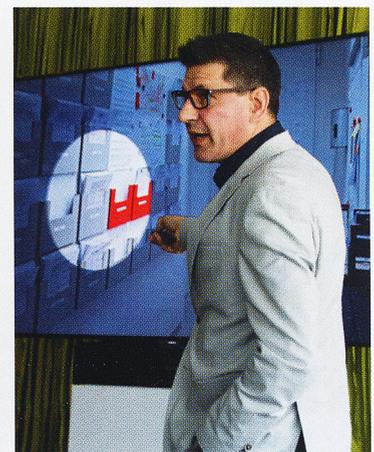
lauf bieten. Ebenso wichtig seien ein stimmiges Konzept für perfekte und ansprechende Ausstellungsräume und eine professionelle Website als zentrales Element für ein erfolgreiches Marketing, betonte Herrmann.

Als problematisch wertet er bei vielen Betrieben die unklare Zielgruppe: „Für eine erfolgreiche Werbung muss man seine Zielgruppe kennen. Fragen Sie zudem die Erwartungen Ihrer Kunden ab, um diese übertreffen zu können.“ Sein Appell unter Kollegen: „Macht Euch und Euren Betrieb attraktiv für die Kunden, aber auch für die Fachkräfte.“

Im gemeinsamen Workshop konnten die Teilnehmer am Nachmittag die Impulse und Anregungen des Referenten zu Themen wie „Ausstellung und Angebot“ oder „Social Media und neue Medien für Handwerksbetriebe“ vertiefen.

Aufbauend auf den Ausführungen von Udo Herrmann präsentierte zudem Bernhard Hehn, Leiter Marketing-Kommunikation bei Südbund, die Marketingtools und Werbemaßnahmen von Südbund, mit denen sich viele der Anregungen und Tipps des Referenten professionell umsetzen lassen. „Marketing-Kommunikation ist ein wirklich weites Feld, bei dem es nicht verwundert, dass manchem Handwerker der Kopf schwirrt“, erklärte er.

Hehn machte deutlich, wie Südbund seine Mitglieder konkret unterstützen kann und zeigte wichtige Schritte für ein erfolgreiches Marketing auf. „Und haben Sie Geduld. Rom wurde auch nicht an einem Tag gebaut. Wenn Sie sich heute entscheiden, ist es besser als morgen. Bleiben Sie drei Jahre konsequent dran, dann werden Sie die ersten Entwicklungen spüren“, so seine Empfehlung. ■ NST



Udo Herrmann (Bild rechts) überzeugte die Teilnehmer mit seinem Praxiswissen. Im gemeinsamen Workshop (Bild links) wurden verschiedene Themen wie „Ausstellung und Angebot“ oder „Social Media“ behandelt. Bernhard Hehn von Südbund (Bild Mitte) stellte unter anderem „7 Schritte für Ihren Erfolg“ vor.