

bb-Serie »Erfolgstipps von Günter Schmitz«

Fast jeder Handwerker weiß, dass es erfolgreicher ist, mit eigenen Monteuren zu arbeiten als mit Subunternehmern. Doch warum arbeitet dann nicht jeder Handwerker mit eigenen Monteuren? Die einen meinen, es sei sehr schwierig, fachkompetente und zuverlässige Mitarbeiter zu finden. Doch den meisten sind die Kosten eigener Monteure zu hoch.

Eigene Monteure punkten gegenüber Subunternehmen



Mit eigenen Monteuren kann ein Unternehmen gegenüber seinen Kunden punkten.

Foto: Coplaning

Viel zu sehr greifen Handwerker/Händler daher auf Subunternehmer zurück, weil sie vermeintlich billiger sind. Klar, die Montagestunde kostet beim Subunternehmer deutlich weniger als wenn man eigene Monteure beschäftigt. Doch welches Ziel verfolgen viele Subunternehmer? Viele wollen möglichst viele Produkte in kürzester Zeit einbauen, denn nur so verdienen sie überhaupt etwas Geld. Aber das bisschen Geld verdienen sie nur, weil sie von morgens früh bis abends spät und meist noch am Wochenende arbeiten. Auf Kosten der Gesundheit. Es gibt natürlich auch Subunternehmer, die wirklich perfekt und kundenbegeistert aufgestellt sind. Doch diese sind eher selten und Händler sind dann oft nicht bereit, deren Stundensatz zu bezahlen.

Mäßige Motivation

Der Auftraggeber eines Subunternehmers ist der Händler, nicht der Kunde. D.h., der Subunternehmer versucht, die vorgegebene Zeit des Händlers einzuhalten oder bestenfalls drunter zu bleiben. Der Kunde ist nicht Auftraggeber, auch empfiehlt der Kunde einen Subunternehmer nicht weiter. Warum sollte sich der Subunternehmer also, was saubere Arbeitsausführung betrifft, groß ins Zeug legen? Das kostet nur unnötig Zeit, für die er am Ende sogar draufle-

gen würde. Dass Kundenbegeisterung so nicht funktioniert, dürfte jedem klar sein.

Der Händler hat zudem auf Subunternehmer kein disziplinarisches Durchgriffsrecht auf jeden einzelnen Monteur. Er kann lediglich dem Subunternehmer mit Auftragsentzug drohen. Schnell wechselt der Subunternehmer einen Mitarbeiter aus. Und da auch Subunternehmer mit Fachkräftemangel zu kämpfen haben, stellt sich dann oft die Frage, wer denn gerade die Produkte einbaut. Oft sind es ungelernete Kräfte mit wenig Erfahrung, die plötzlich die schönen

Der Autor

Günter Schmitz ist Inhaber und Geschäftsführer von Coplaning, einem erfolgreichen Bauelemente-Handelsunternehmen in Luxemburg. Der Erfolgstrainer gibt sein Wissen und seine Erfolgsrezepte in seiner Erfolgsakademie an andere Handwerks- und Dienstleistungsunternehmen weiter. Weitere Informationen unter www.coplaning.lu

Produkte fachgerecht und auch noch sauber beim Händlerkunden einbauen sollen.

Einfluss möglich

Eigene Monteure kann man durch umfangreiche Schulungen in Fachkompe-

tenz, Baustellenmanagement und Verhalten auf der Baustelle intensiv auf seine Aufgaben trainieren. Die Unternehmensphilosophie wird so viel besser verstanden und vor allem beim Kunden umgesetzt. Eigene Monteure müssen zwar auch die vorgegebenen Zeiten einhalten, doch ihnen ist viel mehr an sauberen Arbeitsausführungen gelegen, da sie der Kunde schließlich weiterempfiehlt.

Fatale Abhängigkeit

Was vielen Händlern, die mit Subunternehmern zusammenarbeiten, noch gar nicht richtig bewusst ist, ist die Abhängigkeit von den Subunternehmern. Denn was löst Weiterempfehlungen aus? Es ist nicht die Produktqualität oder die Beratung. Die kann noch so topp sein. Entscheidend ist der Einbau der Produkte. Wie fachmännisch, pünktlich und sauber diese eingebaut werden, ist das Maß für Weiterempfehlungen. Letztere sind wiederum unabdingbar für den langfristigen Erfolg. Damit würde man also Subunternehmern, auf die man kein disziplinarisches Durchgriffsrecht hat, die Verantwortung für die eigene Zukunftsfähigkeit übertragen.

Viel besser ist es daher, sich auf die eigenen Mitarbeiter zu verlassen, die in Fachkompetenz ebenso umfassend geschult werden wie in Auftreten und Verhalten auf der Baustelle. Das ist zwar etwas kostenintensiver als Subunternehmer zu beschäftigen, doch unterm Strich bleibt viel mehr übrig. Dass die eigenen Monteure teurer sind und damit den Montagestundensatz erhöhen, nun, das ist Aufgabe des Verkaufs, diesen Preis im Markt durchzusetzen. Denn schließlich haben Verkäufer durch die Montage mit eigenen Mitarbeitern gute Verkaufsargumente für einen höheren Preis. Und für eine fachgerechte und vor allem saubere Montage sind Kunden gerne bereit, mehr zu investieren.

Wie Coplaning seine eigenen Monteure in der Kundenbegeisterung trainiert und wie die Monteure dies in die Praxis umsetzen, gibt Coplaning in seiner eigenen Akademie Denkhause an andere Handwerksunternehmen weiter. Nähere Informationen zu den Unternehmer-, Verkäufer- und Monteurschulungen unter www.coplaning.lu oder www.denkhause.com