

Für Erfolg darf man ein bisschen verrückt sein



Zur Person:

Walter Stuber, Geschäftsführender Gesellschafter

Zum Unternehmen:

Gemeinhardt Gerüstbau Service GmbH

www.spezialgeruestbau.de

Branche: Bau

Mitarbeiter: 42

Manche nennen uns verrückt. Und wissen Sie was? Wir nennen uns selbst so. Wir leben als Unternehmer in verrückten Zeiten, da braucht es immer wieder auch verrückte Ideen. Zum Beispiel bei der Gewinnung erstklassiger Mitarbeiter. Ein Beispiel gefällig? Wer uns einen vorzüglichen Gerüstbauer oder Kolonnenführer empfiehlt, der sich dann bei uns bewirbt und sich in der Probezeit bewährt – diesem Vermittler schenken wir den Einkauf in einem Marken-Label-Shop im Wert von bis zu 3.000 Euro (Kolonnenführer: 6.000 Euro). Das ist für uns gut investiertes Geld.

Unser Unternehmen baut Spezialgerüste zur Sanierung von komplizierten Bauwerken und Brücken. Derzeit verwandeln wir allerdings unser Geschäftsmodell. Hinzu kommt die Marke „Schutz und Perfektion“, die Schutzhüllen für Industrieanlagen und Bauwerke anbietet. Außerdem haben wir die Marke „Mutmacher“, in der wir neues unternehmerisches Denken propagieren und so auch neue Mitarbeiter gewinnen.

Eine weitere unkonventionelle Idee fürs Business: Ich habe in den zurückliegenden Jahren rund 500.000 Euro Umsatz über WhatsApp generiert. Ganz einfach dadurch, dass ich Leute anrufe, die auf mein Profil zugegriffen haben. Ich spreche mit ihnen über ihre Herausforderungen und die Möglichkeiten, sie zu unterstützen – und immer wieder gibt es dadurch einen Auftrag. Durch 250 Blogartikel und 30 bis 50 Pressemitteilungen im Jahr wird unser Unternehmen sichtbar und auch über die Internet-Suchmaschinen immer besser gefunden.

Mein unternehmerisches Denken ist entscheidend von der TEMP-Methode® geprägt. Von Prof. Jörg Knoblauchs Buch „Die Chef-Falle“ habe ich unfassbar viel gelernt (und ich habe es inzwischen wahrscheinlich 200 Mal verschenkt). Zum Beispiel haben wir den Einstellungsprozess komplett umgekrempelt. Bewerber unterschreiben bei uns einen Vertrag zu unseren Unternehmenswerten, bevor sie auch nur zum Probearbeiten eingeladen werden. Unsere Trefferquote bei Neueinstellungen wird von Jahr zu Jahr besser.

Dass Verrückte auch rechnen können, möchte ich mit diesem Beispiel illustrieren: In den ersten vier Monaten 2017 machten wir mit 14.200 Arbeitsstunden einen Umsatz von 1,33 Millionen Euro. Im Vergleichszeitraum 2020 waren es bei 9.100 Arbeitsstunden 1,6 Millionen. Unser Ziel ist, dass wir künftig an jedem Tag nur noch ein Angebot schreiben, das dann für unseren Kunden und uns das optimale Ergebnis bringt.

Gelernt haben wir übrigens eine Menge bei der USA-Reise mit Prof. Jörg Knoblauch ins Silicon Valley. Anstatt von Anfang an ein „perfektes“ Angebot zu machen (wobei am Anfang ja keiner weiß, was perfekt bedeutet), arbeiten wir 50 Prozent eines neuen Angebots aus und holen uns dann das Feedback von Kunden, um es wirklich in ihrem Sinn zu perfektionieren. Klingt verrückt? Aber es funktioniert!

