

Zeit für neues Denken

# Konjunktur wird in den Köpfen gemacht

**W**er heute auch nur einen Pfennig auf das Konjunkturgedächtnis setzt, verkennt daß Politiker und Wirtschaftslenker längst nicht mehr Herr der Lage sind. Deren langfristig angelegte Verunsicherungsstrategien mit permanenter Unterschätzung der Tatsache, wer letztlich die konsumententscheidende Stimmkarte in der Hand hat, zeigt Wirkung: Die Verbraucher ziehen sich scharenweise zurück.



Mit steigender Tendenz sind vor allem die Handwerker von der allgemeinen Konsumzurückhaltung betroffen. Während die Anbieter in allen anderen Ausgabebereichen seit 50 Jahren die Kunst der Verführung perfektionieren, befindet sich das deutsche Handwerk auf Neandertaler-Marketingniveau. Die paar wenigen Betriebsinhaber und die noch wenigeren Mitarbeiter, die kapiert haben wo's lang geht, reichen zur Ehrenrettung der Zunft nicht aus. Es ist längst bekannt, daß Konjunktur in den Köpfen entsteht. Nur wer als Betriebsinhaber erahnt, daß er selbst für die Konjunktur seines Handwerksbetriebes verantwortlich ist und seinen Mitarbeitern und Kunden die wahren Werte vermitteln kann, bekommt die Legitimation zum Geldverdienen – alle anderen zahlen drauf.

**N**ach einer neuen repräsentativen Studie meines Institutes über die Situation im Bau- und Wohnhandwerk gelten Handwerker ohnehin nicht mehr als Experten. Nur noch knapp 20 % der Bevölkerung beschäftigen Handwerker wegen Ihrer fachlichen Qualifikation. Nahezu 80 % beauftragen Handwerker dagegen nur noch in einer konkreten Notsituation, oder wenn man sich selbst nicht mehr zu helfen weiß. Zur Umsetzung von besonderen Ideen sind gerade mal knapp 6 % der Bevölkerung bereit, sich an den Handwerker zu wenden. Dieser erschreckend niedrige Wert

\* Dr. Bernd W. Dornach ist Inhaber des Uni Marketing Institutes für Handwerks-Marketing (Fax 08 21/9 20 10) in Augsburg

für das interessanteste Geschäftsfeld im Handwerk ist bei den hauptkonsumententscheidenden Frauen noch wesentlich niedriger als bei den Herren der Schöpfung. Dabei hätte die SHK-Branche aufgrund ihres traditionellen Verantwortungsbereichs ausgesprochen gute Karten für die Zukunft. Vorausgesetzt man ist bereit, die wahren Wünsche endlich als Herausforderung zu sehen.

**D**er Wettbewerb wird dann nicht mehr an Preisen und Pannen gemessen, sondern an Wärme und Wellness. Wärme mißt sich dann nicht in Grad Celsius, sondern wird mit dem „Seelen-Thermometer“ in Vertrauenseinheiten bewertet. Und die Wellness mißt der „Outfit-Tageswert“ der einzelnen Familienmitglieder. Der Mega-Markt „Wohlbefinden und Komfort zu Hause“, der das Umfeld schafft für die jetzt gesuchten schönen und freundlichen Menschen in der Dienstleistungsgesellschaft, die den überproportional wachsenden Streß in Beruf und Alltag noch abfedern können, zieht am Handwerk wieder einmal ungebremst vorüber. Bäder und Heizungen gehören, ähnlich wie das Schlafgemach, zu den sensibelsten Traum- und Wohlbefindlichkeitsbereichen der Menschheit. Nicht die fachliche Befähigung, sondern vor allem die emotionale Kompetenz prägt die Kaufentscheidung. Um das Handwerk auf neue Strukturen und Aufgaben vorzubereiten wäre es an der Zeit zu diesen Themen eine „Klimakonferenz“ einzuberufen.

Dr. Bernd W. Dornach\*