

Gute Chancen für den GaLaBau

Plankosten rechnen und sich des Auftragswertes bewusst sein

Der Garten- und Landschaftsbau erfreut sich derzeit einer guten Auftragslage. Sowohl Privatkunden als auch gewerbliche Auftraggeber können sich hochwertige landschafts-

GaLaBau - Zeichen der Zeit, Zahlen und Ziele“. Sehr widersprüchlich gingen die Meinungen auseinander, wie man dieses „Wert-Bewusstsein“ von Seiten des Kunden steigern könne.



Unternehmensberater Kurt Sachs (re.) legte beim Gesprächsforum Betriebswirtschaft im GaLaBau in Veitshöchheim seine Vorstellungen zu den Themen „Werte schöpfen“ dar.

Foto: Hans Beischl

gärtnerische Gewerke leisten. „Wir haben genug Arbeit“, sagen die einen GaLaBau-Unternehmer. „Allerdings hat uns der lange Winter ganz schön zugesetzt“, erwidern die anderen. Und meinen dabei das stets umstrittene Preisniveau, das auf dem Markt herrscht. Es gilt, die fehlenden Arbeitsstunden hereinzuarbeiten, um durch eine gute Kapazitätsauslastung einen akzeptablen Jahresumsatz zu bekommen. Beim Treffen des Gesprächsforums Betriebswirtschaft im GaLaBau in Veitshöchheim konnten die Teilnehmer den Unternehmensberater, Kurt Sachs, von „Spiro Projekte“ kennenlernen. Der Infoabend drehte sich um die spannenden Fragen: „Was hat der Kunde für eine ‚Wertvorstellung‘ und wie viel ist er bereit, für unsere Leistungen zu bezahlen?“ Als erfahrener Coach meinte Sachs knallhart: „Wenn Sie es in den letzten, für den GaLaBau sehr guten Jahren nicht geschafft haben, Ihren Cashflow zu optimieren, dann haben Sie etwas falsch gemacht.“ Um diese Devise ging es in seinem Impulsvortrag: „Gute Chancen für den

Bedürfnisse wecken und Werte schöpfen

„Unsere Gesellschaft ändert sich ständig. Der Landschaftsgärtner habe heute andere Fähigkeiten und Fertigkeiten mitzubringen als noch vor 20 Jahren. Der Privatkunde wünsche sich kreativere und stilvollere Anlagen.

Neue ästhetische Wünsche, aber auch ökologische Herausforderungen liegen im Trend. Der Kunde ist gerne bereit, für sein „grünes Wohnzimmer“ gutes Geld auszugeben. Zur Pflicht jedes GaLaBau-Unternehmers gehöre es daher, seinen Namen jederzeit in der Öffentlichkeit selbstbewusst zu vermarkten. „Der Unternehmerstil und seine Wertschöpfung“ müssen im Gedächtnis des Kunden fest verankert sein. Ein selbstzufriedenes Zurücklehnen sei Gift für ein gesundes Wachsen, so Sachs. Grundsätzlich müsse jeder Auftrag kalkuliert werden, damit die Eckwerte klar vorlägen. Dazu gehörten die voraussichtlichen Baustellenstunden, der Waren- und Geräteeinsatz, vor allem aber der Zielumsatz. Alle anderen Re-

ferenzdaten ergäben sich durch die Ergebnisse des Rechenprogramms. Wenn es keine detaillierte Vorkalkulation gäbe, könne man auch kaum mit dem Kunden über den Preis verhandeln, so Sachs. Bei Verkaufsgesprächen müsse man immer die Variable „Lohnaufwand“ mit der Konstante „Qualität“ in Verbindung bringen. Wer sich auf einen Dumpingpreis einlasse, der gebe unmissverständlich zu erkennen, dass er die Qualität vernachlässige. Und dies sei langfristig Gift für ein renommiertes GaLaBau-Unternehmen.

Kennzahlen müssen richtig interpretiert werden

Herr Sachs vermied es bewusst, fertige Unternehmenskennzahlen in den Raum zu werfen, vielmehr berief er sich auf die Plankosten zweier Musterfirmen. Damit wolle er andeuten, dass Chef-, Kennzahlen wie: Umsatz pro AK/a, Umsatz pro Akh, Wertschöpfung pro Akh, Fixkosten oder Rentabilität immer nur „seelenlose Referenzwerte“ seien. Erst wenn sie firmenspezifisch ermittelt und dann im Rahmen einer betriebswirtschaftlichen Auswertung analysiert würden, könnte man lehrreiche Rückschlüsse ziehen.

Jeder Unternehmer müsse sich grundsätzlich fragen, wie er seinen Gewinn, das heißt seine finanzielle Freiheit stärken und vergrößern kön-

ne. Mit dem sogenannten „Quicktest“ sei es möglich, die Stabilität des Unternehmens zu analysieren. Der Quicktest (nach Prof. Peter Kralicek) verwendet je vier Kennzahlen aus der Gewinn- und Verlustrechnung und der Bilanz. Diese sind wenig stör anfällig und liefern über den Zustand eines Unternehmens genaue Aussagen.

Mitarbeiter- und Kundenorientierung

Ohne engagierte Mitarbeiter sei es unmöglich, das Jahresziel zu erreichen. Aus diesem Grunde müsse jeder Arbeitnehmer hinter der Firma stehen. Es sei die permanente Aufgabe der Firmenleitung, für ein entspanntes Arbeitsklima zu sorgen. Nur wenn eine gesunde Balance zwischen den Interessen der Führung und denen der Ausführung herrschten, könne man an störungsfreie und effiziente Arbeit denken. Zusätzlich zum praktischen, ökonomischen Gespür gehören „mitfühlende Fähigkeiten“, die den Erfolg des Unternehmers ausmachen. Eine Führungskraft, die Planzahlen rechnet, aber die die Bedürfnisse der Kunden und Mitarbeiter nicht versteht oder falsch interpretiert, wird niemals in der Lage sein, Menschen zu gewinnen und dadurch betriebswirtschaftlichen Erfolg zu haben, so Kurt Sachs.

Hans Beischl, Judith Büchele