

■ Deutscher Holzbautag 2006

## Verkaufen Sie Sahnehäubchen!

Besser zu sein reicht heutzutage nicht mehr aus. Erfolgreiche Holzbaubetriebe heben sich von anderen ab und bieten ihren Kunden etwas Besonderes. Wie Unternehmer die Chancen der Zukunft mit frischen Ideen für sich nutzen können, zeigte die Fachveranstaltung „Ideen-management für Führungskräfte“.



Rosemarie Kolb, stellvertretende Vorsitzende des Fachbereichs Unternehmerfrauen im Verband des Bayerischen Zimmerer- und Holzbaugewerbes (Inka), und ihr Mann tankten Sauerstoff für neue Ideen



„Man muss auch mal vom Weg abkommen, um nicht auf der Strecke zu bleiben!“ Unter diesem Leitpruch stand der Vortrag von Uschi Beck

Die Frau ist in der Kunst die Muse. Im Handwerksbetrieb ist sie die Säule des Unternehmens“, begrüßte Moderator Rolf Kari, Präsident des Badischen Zimmerer- und Holzbauverbandes, die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zum vierten Teil der Fachveranstaltungen auf dem Deutschen Holzbautag 2006 in Nürnberg.

### „Aha-Erlebnis“ bindet Kunden

„Wir brauchen neue Ideen und neue Impulse“, startete Dipl.-Trainerin Uschi Beck in den

Samstagsvormittag. „Mehr Erfolg hat, wer keinen Einheitsbrei, sondern die Sahnehäubchen anbietet. Dinge also, die bei dem Kunden ein „Aha-Erlebnis“ auslösen und in Erinnerung bleiben.“

### Handwerk muss zur Dienstleistung werden

Uschi Beck vermittelte bei der Veranstaltung „Ideenmanagement für Führungskräfte“ Möglichkeiten und Strategien, um die persönliche Kreativität weiter auszubauen. Sie zeigte den Teilnehmern, wie sie sie im Unternehmensalltag nut-

zen können. Organisiert hatte die Veranstaltung der Fachbereich Unternehmerfrauen im Verband des Bayerischen Zimmerer- und Holzbaugewerbes.

„Die beste Idee hilft Ihnen nichts, wenn Sie nichts daraus machen“, erklärte Beck. Offen für Neues zu sein heißt aber auch, das Alte loslassen können. „Seien Sie neugierig auf Neues!“ appellierte sie an die Holzbauer.

Um im stressigen Führungsalltag auf tolle Ideen zu kommen, müssen einige Voraussetzungen geschaffen sein. Wichtig sei eine positive Ein-

stellung, sowohl körperlich als auch emotional. Eine gut durchdachte Strategie hilft, die Idee in die Tat umzusetzen. „Jede Idee ist wertvoll“, erklärte Beck. Sie sei vergleichbar mit einer Schatzkiste. Man weiß nicht genau, was herauskommt. Entweder die Umsetzung der Idee klappt und brachte Erfolg oder wir können uns zumindest über eine neue Erfahrung freuen.

### Lösungsorientiertes Denken motiviert

Wichtig sei der Denkansatz. Problemorientiertes Denken

kostet Kraft, bereitet Stress und raubt Energien. Das Problem bleibt ein Problem. Beim lösungsorientierten Denken hingegen wird ein Problem zur Herausforderung, zu einer Aufgabe. Die erfolgreiche Bewältigung einer Herausforderung motiviert und gibt Kraft und Stärke.

#### Je verrückter, desto besser

Nach diesen grundsätzlichen Gedanken beschrieb Utschi

scheitern könnte. Die Probleme und Bedenken werden notiert und danach Lösungen dafür gefunden. Diese Methode kann schon im Vorfeld helfen, Befürchtungen und Bedenken auszuräumen. „Abstrich“ und „Schwarzmalen“ auszuschalten. „Fordern Sie auch mal Ihre Mitarbeiter auf, selbst die Schwachstellen im Betrieb aufzuspüren“, empfahl Beck.

„Sie werden sich wundern, was die alles wissen!“ Danach

mehr Ideen. Denn fröhliche Ideen entstehen mühelos und unerwartet, wie ein Geistesblitz aus dem Nichts.

Gute Ideengeber sind auch außerhalb des Betriebs zu finden: „Fragen Sie mal Ihre Lieferanten, auch die haben manchmal ganz gute Ideen“, riet Beck.

#### Zimmerer 2015

In kleine Gruppen aufgeteilt, konnten die Teilnehmer die

ren. Dabei überlegt man sich ein Stichwort oder ein Thema und lässt sich von A bis Z einen Begriff einfallen.

#### Kreativität schulen

Denksportaufgaben erweitern den Blick bis über den Tellerrand und helfen, außerhalb gewohnter Bahnen zu denken. „Jeder hat die Anlagen zur Kreativität, er muss sie nur entfalten“, ist sich Beck sicher. Auch eine Idee: Zitieren Sie



Roswitha Rles und Johanna Gruber lassen sich auf neue Ideen ein. Wenn eine neue Idee einmal nicht den erwarteten Erfolg gebracht hat, ist man zumindest um eine Erfahrung reicher



Auch die Männer hatten ihren Spaß: Rolf Kuri, Präsident des Badischen Zimmerer- und Holzbauverbandes (links), und Thorsten Kober, Referent beim BIZ, beim Anrednicken

Beck Techniken zur Ideenfindung in eigenen Betrieb. Beim Brainstorming beispielsweise lässt man seinen Gedanken einfach freien Lauf. Je verrückter die Ideen zu einem bestimmten Thema, desto besser. So entstand die lila Kuh als erfolgreicher Werbeträger eines Schokoladenherstellers. Wertfrei werden alle Ideen gesammelt.

Bei der „Tonengäber-Strategie“ überlegen sich alle, woran ein bestimmtes Vorhaben

überlegen Chef und Angestellte zusammen, wie diese Schwachstellen auszuräumen sind. Gelingt das ohne Druck, entsteht das erwünschte „Wir-Gefühl“. Die Mitarbeiter denken und arbeiten mit.

#### Mitarbeiter bringen Ideen

Ziel ist, dass der Mitarbeiter die Vorschläge macht und seine Chefs unbedingt von seiner Idee überzeugen will. Dabei gilt: Einer entspannten Arbeitsatmosphäre entspringen

gelernten Methoden gleich ausprobieren. Engagiert bearbeiteten sie Fragestellungen zum Thema Zimmerer 2015, Aufträge im Ausland oder „Was kann ich aus einem alten Autoreifen alles herstellen“ mit den verschiedenen Strategien und präsentierten interessante Ergebnisse.

#### Wo kommen die Ideen her?

„Ideen haben kann man üben!“ sagte Beck. Beispielsweise mit dem freien Assozi-

das Pferd von hinten auf und überlegen Sie anstatt: „Wie kann ich einen Einbruch verhindern?“ mal „Wie plane ich den perfekten Einbruch?“

#### Chance der Zukunft nutzen

„Es ist allein Ihre Entscheidung, ob sie die riesigen Chancen der Zukunft nutzen wollen, bevor es andere tun“, schloss Utschi Beck den Vormittag der Ideenfindung. cv Kontakt:

[www.utschi-beck-seminare.de](http://www.utschi-beck-seminare.de)