

Viertes Forum „Ausbau und Fassade“

Grossveranstaltung des Gipsermeisterverbandes Ostschweiz (GVO)



Mit knapp 100 teilnehmenden Fachleuten und 16 Delegierten aus den Zulieferbetrieben gestaltete sich das von Gipsermeisterpräsident Reto Kradolfer präsidierte 4. Forum „Ausbau und Fassade“ in Weinfelden zu einem hochaktuellen Grossanlass. Neben fachlichen Themen zog vor allem die von Manuela Stier von Stier Communications behandelte Frage „Wie verkauft ein Gipser erfolgreich?“ die Aufmerksamkeit der Baufachleute auf sich. Die Referentin verstand es, zahlreiche, praxisnahe Möglichkeiten aufzuzeigen, wie gewerbliche KMU erfolgreich Kunden gewinnen können. - Wahre Lachstürme zu entfachen und die Stimmung aufzulockern vermochten die humorvollen Intermezzi von Hürzeler und Pantelic .

Verdrängungswettbewerb

Wie GVO-Präsident Reto Kradolfer in seiner Begrüssungsansprache festhielt, herrscht auch im Gipsergewerbe ein harter, sich laufend verschärfender Verdrängungswettbewerb. Und mit dem von ihr gewählten Vortragstitel erfasse Manuela Stier genau die sich tägliche neu stellenden Fragen nach kostendeckenden Preisen, Beschäftigung und Qualitätsvergleichen. Zur ohnehin sehr angespannten Lage im Baunebengewerbe geselle sich nun auch noch die ausländische Konkurrenz. Die mit dieser schwierigen Situation verbundenen Auswirkungen liessen sich zwar noch nicht mit letzter Klarheit abschätzen, aber darauf, dass die Mindestlöhne eingehalten würden, könne man sich kaum verlassen, sagte Kradolfer. Sicher sei lediglich, dass im Thurgau bereits Gipser aus der deutschen Nachbarschaft beschäftigt würden, ohne dass sich bisher eine Tripartite Kommission gezeigt habe. Auf eine solche verlassen, dürfe man sich wohl nicht, sondern müsse von sich aus aktiv werden. Der GVO verlange gleich lange Spiesse für alle Mitbewerber, forderte Kradolfer.



Eigenständige Positionierung

Mit ihrem aussergewöhnlich inhaltsreichen Vortrag streifte Manuela Stier alle Facetten der erfolgreichen Geschäftsführung im gewerblichen KMU, wobei sie hervorhob, dass der harte Preiskampf fast überall zu beobachten sei. Das herrschende Umfeld verlange nach klarer, eigenständiger Positionierung, sowie herausragender Leistung bei gleichzeitiger Pflege der Kundennähe. Und in einer solchen Situation der ausgereizten Margen gelte es vor allem, sich zu differenzieren, Profil zu gewinnen. Nicht zu vergessen

übrigens das Ego des Kunden, der sich mit der Leistung des für ihn renovierenden oder neu bauenden Gipsers ebenfalls zu profilieren versuche. Manuela Stier riet den Unternehmern, wo immer möglich eine Win-Win-Situation anzustreben, gute Leistung zu einem guten Preis zu verkaufen, doch genau so Kundennutzen zu schaffen. Neben der schnellen Erreichbarkeit zähle ausserdem Glaubwürdigkeit und Vertrauen. Daneben gehe es darum, Nischen zu nutzen und Synergien zu suchen. Doch von ganz besonderer Wichtigkeit sei es, die Kompetenzen der Mitbewerber zu kennen. - VGO-Präsident Reto Kradofer krönte seine Schlussworte mit dem beherzigenswerten Rat, sich zu bewegen, denn der Markt bewege sich!

Albert Stadelmann