

manu**fact**um

Die Reinhold Würth Handwerks-Studie.



manufactum ...

... ist die große Praxis-Studie über das deutsche Handwerk

... vermittelt einen umfassenden Überblick über die aktuelle Situation

... bietet konkrete Tipps und Verbesserungsvorschläge für Handwerksbetriebe

... berichtet aus neutraler Sicht und für alle Gewerke

... erklärt Sachverhalte in der Sprache des Handwerks: kurz & präzise

... setzt auf renommierte Partner wie das KIM (Künzelsauer Institut für Marketing) und das Forschungsinstitut ServiceBarometer AG aus München

manufactum ...

Manufactum ist in drei große Kapitel gegliedert

1) Kundenzufriedenheitsbarometer des deutschen Handwerks

... bietet wissenschaftlich fundierte Einblicke in die Wahrnehmung von Kunden

2) Selbsteinschätzung der Betriebe

... bietet ideale Vergleichsmöglichkeiten mit anderen Betrieben und Gewerken

3) Erfolgsgostorys aus der Praxis

... bietet die Chance, von erfolgreichen Strategien anderer zu profitieren

Kapitel 1

Kundenzufriedenheitsbarometer des deutschen Handwerks



Die Bewertung von Handwerksleistungen wird immer differenzierter.

Das Erfüllen von Kundenwünschen ist die zentrale Aufgabe eines Handwerksunternehmens. Allerdings gehen heutige Kundenwünsche weit über die eigentliche Qualität der Leistung hinaus. Da die ordentliche Ausführung von beauftragten Arbeiten aus Kundensicht selbstverständlich geworden ist, sind andere Faktoren wie Beratung, Sauberkeit oder Zuverlässigkeit entscheidende Verkaufsargumente geworden. Insgesamt beurteilt der Kunde von heute eine ganze Reihe von Faktoren der Geschäftsbeziehung und bildet sich so ein sehr differenziertes Gesamturteil seiner Zufriedenheit. Ziel der manufactum-Studie 2008 war es, die einzelnen Faktoren der Zufriedenheit abzufragen und somit einen aufschlussreichen Überblick über die Beziehung Handwerker – Kunde zu geben.

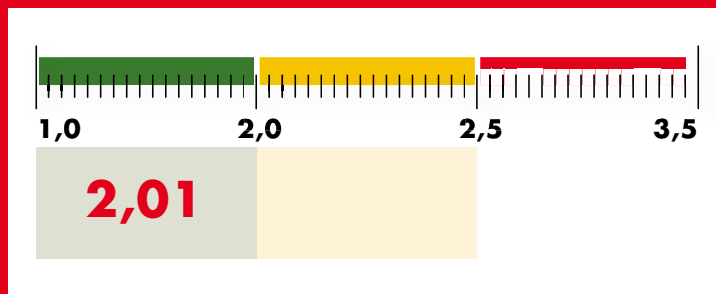
Kapitel 1

Kundenzufriedenheitsbarometer des deutschen Handwerks



Die Ergebnisse – ein klares Bekenntnis zur Qualität des deutschen Handwerks.

Die aktuellen Ergebnisse zeigen, dass das Handwerk viel besser ist als sein Ruf. Es herrscht eine hohe Zufriedenheit der Kunden. Herausragend ist dabei die Bedeutung der Kundenzufriedenheit für die (Wieder-)Beauftragung von Handwerksbetrieben. Es lohnt sich also, alles für die Zufriedenheit der Kunden zu tun.



Gesamtnote „gut“ – das Handwerk ist besser als sein Ruf!

Mit einer Gesamtnote von gut (2,01) sind die Kunden (im Durchschnitt) mit der Handwerksleistung zufrieden (Schulnoten von 1 bis 6).

Kapitel 2

Selbsteinschätzung der Betriebe



Der Stand der Dinge im Handwerk. Eine Umfrage unter 653 Betrieben.

An der aktuellen Selbstbewertung im Rahmen der Reinhold Würth Handwerks-Studie haben sich 653 Handwerksbetriebe aus ganz Deutschland beteiligt.

Die Teilnahme wurde von der Adolf Würth GmbH & Co. KG beworben. Teilnehmen konnte jeder Handwerksbetrieb über Online- und Offline-Fragebögen.

Die Auswertung erfolgte über das Forschungsinstitut ServiceBarometer AG München. Die ausgewerteten und kommentierten Ergebnisse der Umfrage informieren darüber, wo das Handwerk heute steht, wie es die Zukunft sieht, welche Stärken vorhanden sind und wo Ansatzpunkte für Verbesserungen liegen.

Kapitel 2

Selbsteinschätzung der Betriebe



Die Themen der Selbstbewertung: von der Kundenakquise bis zur Betriebsübergabe.

Übersichtliche Grafiken und Darstellungen informieren über die wichtigsten Einzelergebnisse der Selbstbewertung. Die Leser von Manufactum finden einen aufschlussreichen Vergleich zwischen den Durchschnittswerten aller Betriebe mit denen der Top-15%-Betriebe. Sie erfahren, wodurch sich die erfolgreichen Betriebe auszeichnen und was sie von den weniger erfolgreichen unterscheidet. Entsprechend dem der Studie zugrunde liegenden Business-Excellence-Modell für das Handwerk werden Ergebnisse zu fünf Themengebieten dargestellt:

Kapitel 2

Selbsteinschätzung der Betriebe



1. Kunden gewinnen und halten
 2. Handwerksleistung – Qualität und Zuverlässigkeit
 3. Mitarbeiter fördern und fordern
 4. Geschäftsleitung – zielorientiert und richtungsweisend
 5. Geschäftserfolg – heute und in Zukunft
- Sonderthema 1: Globalisierung – die Chancen nutzen
- Sonderthema 2: Betriebsübergabe – erfolgreich die Zukunft vorbereiten

Kapitel 3

Erfolgsgestories aus der Praxis



**Zehn ausgewählte Betriebe werden näher vorgestellt
und geben Einblicke in:**

- Strategien, die in spezifischen Märkten erfolgreich sind,
- Instrumente, mit denen Wachstum möglich ist,
- Strukturen, die zur Steigerung von Effizienz und Erfolg führen.

Kapitel 3

Erfolgsgeschichten aus der Praxis



Folgende zehn Betriebe gewähren Einblicke in ihre Praxis:



Kreativität aus der Uckermark

Die MMC Retzlaff GmbH & Co. KG besticht durch Vielseitigkeit.



Wenn Kunden zu Partnern werden

Bei der PARAVAN GmbH setzt man in jeder Hinsicht auf Kundenorientierung.



Qualität als oberste Maxime

Wie die B. A. Rieger Kunststoff-Verarbeitungs-GmbH den Generationenwechsel managt und dabei die Qualität sichert.



Wenn Mutter und Tochter voneinander profitieren

Die WEA Wärme- und Energieanlagenbau GmbH ist die Vorzeigetochter der Unternehmensgruppe Freitag.

Kapitel 3

Erfolgsgeschichten aus der Praxis



Sicherheit in allen Facetten

Die Adolphs group setzt auf Spezialisierung innerhalb der Unternehmensgruppe.



Das Markenprofil als Aushängeschild

Bei Solarlux gelten Mitarbeiter, Händler und Partner als Botschafter der Marke.



Kundenfokussierte Innovation sichert Weltmarktführerschaft

Die Bootswerft Empacher setzt auf eine starke Kombination aus Tradition und Fortschritt.



Das Prinzip Partnerschaft

Wie ein Tischlerbetrieb ein Netzwerk von über 70 Unternehmen ins Leben gerufen hat und davon profitiert.

Kapitel 3

Erfolgsgestories aus der Praxis



Alles begann mit einer telefonischen Kundenanfrage

Wie der Thüringer Heizungsbaumeister Jens Dietrich der Firma Rohn & Co. binnen weniger Jahre zum erfolgreichen Spezialisten für Erdwärme wurde.



Vom örtlichen Marktplatz in die Welt der Formel 1

Wie der Spezialfahrzeughersteller Bischoff + Scheck aus einer ungewöhnlichen Kundenanfrage ein florierendes Geschäft machte.

Kontakt

manufactum ist im Buchhandel erhältlich (ISBN 978-3-89929-139-1).

Bis zum 30.04.08 gilt der Vorzugspreis von 39,80 € (danach 49,80 €).

Kontakt:

Adolf Würth GmbH & Co. KG

Fachpresse

Telefon +49 7940 15-1573

Telefax +49 7940 15-4248

fachpresse@wuerth.com