Berufsbildungsprojekte Dr. Emil Wettstein GmbH
Girhaldenweg 8, 8048 Zürich
+41(0)44 350 55 15, ewettstein@bbprojekte.ch
www.bbprojekte.ch - www.berufsbildung.info

Emil Wettstein

Handwerk – der neue Luxus!

Weiterbildungstagung des Verbandes Schweizerischer Pflästerermeister

Brunnen, 25. März 2011

1 Luxus

Luxus hiess einmal

- sich jeden Tag den Bauch voll schlagen können,
- den Kasten voller Kleider, Schuhe und Hüte haben,
- drei Autos in der Garage, Ferienhäuschen in jeder Himmelsrichtung besitzen.

„Wir sind an der Sättigung der klassischen Konsummärkte angelangt." sagt der Trend- und Zukunftsforscher Matthias Horx, denn sehr viele von uns können nicht *noch mehr* konsumieren.

Luxus heisst heute

- Ruhe,
- Raum,
- frei verfügbare Zeit und
- das „Besondere".

Das Besondere

- habe nur ich (Unikat),
- ist nach meinen Vorstellungen für mich gemacht worden (Kundenorientierung),
- ist beste Qualität, fast ein „Kunstwerk",
- darf durchaus etwas kosten („Man leistet sich ja sonst nichts!"),
- strahlt Tradition aus,
- gibt Prestige.
- macht, dass man „dazu gehört".

2 Handwerk

Die handwerkliche Arbeitsweise ist eine von mehreren Arbeitsweisen in unserer Arbeitswelt. Hier ein Vergleich mit einer anderen Form der Arbeit, der industriellen Arbeitsweise:

Handwerkliche Arbeitsweise	**Industrielle Arbeitsweise**
Werkzeug	Maschine
Der Handwerker benutzt das Werkzeug	Der Arbeiter steuert die Maschine
Ausführung der Arbeit nach groben Plänen	Arbeit von Dritten genau geplant
Grösster Kaufkostenfaktor: Arbeit	Grösster Kostenfaktor: Maschine
Kriterien für gute Arbeit: (1 Qualität), (2 Effizienz)	Kriterien für gute Arbeit: (1 Effizienz),(2 Qualität)
Meister Handwerker	Manager Arbeiter

Das Handwerk hat gute und schlechte Zeiten durchgemacht. Seit 20 Jahren ist es im Aufwind, wie beispielsweise der Erfolg des Versandhauses «Manufactum» zeigt. Unter dem Slogan „Es gibt sie noch die guten alten Dinge," werden hochwertige, langlebige und meist sehr teure Gebrauchsgegenstände und Kleider verkauft.

3 Positionierung erforderlich

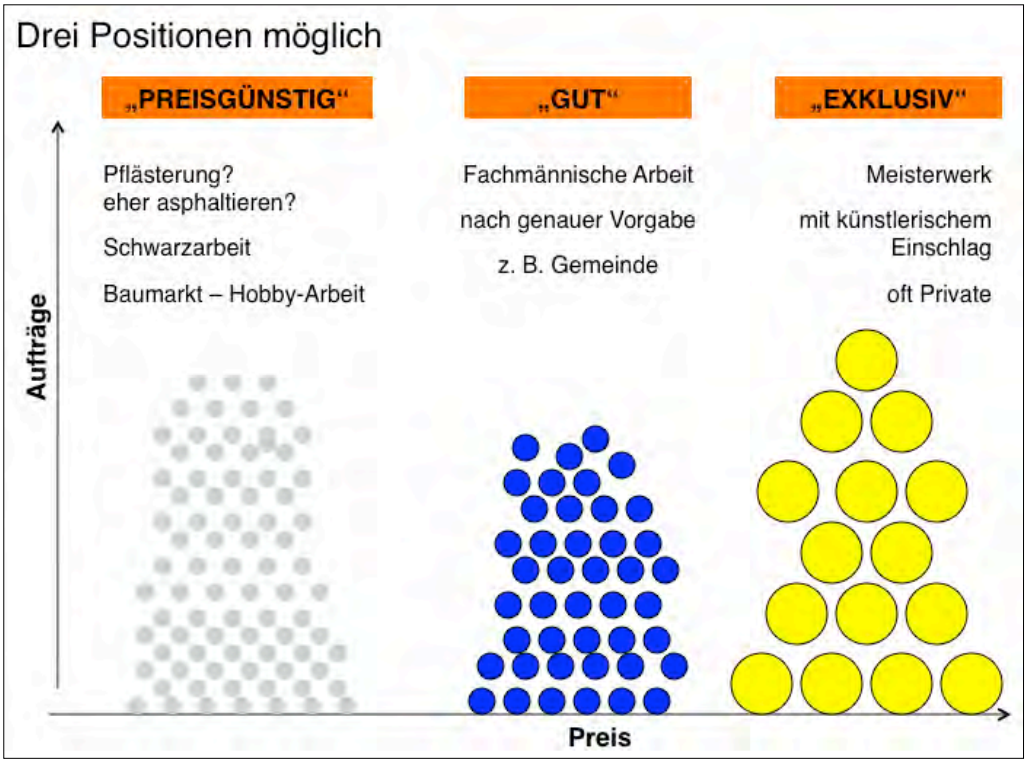
Traditionell war die Schweizer Wirtschaft vom Mittelstand geprägt: Gut ausgebildete Berufsleute produzierten gute Produkte und erzielten dafür rechte Preise. Der Anteil der Ungelernten einerseits und der Akademiker andererseits war sehr viel kleiner als beispielsweise in den USA.

Dies hat sich geändert. Die einen Unternehmen versuchen, möglichst billig zu produzieren und zu verkaufen, z.B. ALDI, C&A, Mac Donald. Andere richten sich auf das Luxus-Segment aus, z.B. Sprüngli, Globus, Dolder. Und die dritten suchen ihren Erfolg nach wie vor im mittleren Segment. Die Expansion erfolgt zurzeit im Billig-Segment („Geiz ist geil!") und im Luxus-Segment („Für Luxus ist immer Geld vorhanden."). Grossverteiler bieten eigene Linien für alle drei Gruppen an.

Auch ein Handwerksbetrieb muss wissen, welche Segmente er avisiert,

- das Luxus-Segment, insbesondre für vermögende private Kunden oder
- das mittlere Segment, beispielsweise für Gemeinden.

Kunden, die sich an „Geiz ist geil" orientieren, dürften für Handwerker nicht in Frage kommen. Sie werden Schwarzarbeit organisieren oder ihre Träume selbst verwirklichen, zum Beispiel mit Betonsteinen aus dem Baumarkt.



4 Gute Handwerker halten

Die Ausführung von exklusiver Arbeit im Sinne von Luxus erfordert

- gutes Material, vorzugsweise aus der Schweiz, denn „"Swissness" ist in,
- Hochhalten der Tradition und einschlägige Kenntnisse,
- Bereitschaft auf Kunden und deren Wünsche einzugehen (Sozialkompetenz)
- sehr gute Handwerker.

Ein guter Handwerker ist

- ein geübter Fachmann mit viel Erfahrung.
- eher ehrgeizig bezüglich Qualität – bis hin zur Sturheit,
- „angefressen" von seinem Beruf, (von seiner „Berufung").
- eine „Persönlichkeit",

- mehr interessiert an Perfektion als am Einhalten von Terminen und Budgets,
- vielleicht nicht ganz einfach zu führen ...

Handwerker dieser Art sind schwer zu finden, denn andere Arbeitsweisen sind heute Mode: „Zappen" ist modern, nicht nur am Fernsehen und am Internet, sondern auch in der Berufstätigkeit. Berufsbildungen sind entsprechend auf die Breite angelegt (in Berufsfeldern), nicht auf die Tiefe. Anderseits ist anerkannt, dass das Erlernen einer Fertigkeit wie ein Handwerk oder die Beherrschung eines Musikinstruments mindestens 10 000 Stunden Übung erfordert, somit mindestens sieben Jahre.

Deshalb sind Handwerker, wie sie hier gefragt sind, selten und wertvoll, vergleichbar mit den Investmentbankers der Banken oder den Entwicklungsingenieuren der Computerindustrie.

Solche Handwerker zu halten heisst
- sie für anspruchsvolle Aufträge einsetzen (Betriebe, die selten solche Aufträge ausführen, ziehen Selbstständige zu),
- Anerkennung geben, finanziell, sondern auch wertschätzend bezüglich der Person,
- Freiheit bei der Ausführung der Arbeit lassen (verlangt Abmachung mit dem Auftraggeber!),
- Weiterbildung ermöglichen, auch im Ausland, z.B. auf Studienreisen schicken,
- nicht in der Administration „verheizen" .

5 Gute Handwerker gewinnen

Betriebe, die langfristig exklusive Arbeit leisten wollen, werden sich an der Ausbildung des Nachwuchses beteiligen, das gehört zur Tradition. Manche (nicht alle!) Spitzenkönner sehen zudem darin einen weiteren Grund im Betrieb zu bleiben.

Wie gewinnen wir Nachwuchs?
- Arbeiter nachziehen durch Aus- und Weiterbildung, Ungelernten einen Abschluss und damit eine Karriere ermöglichen
- Ausbildung Jugendlicher

Aber wie findet man heute geeignete Jugendliche?
- Betrieb bekannt machen: Lehrstellennachweis, Berufswahl-Nachmittage, Facebook, Werbung in Lokalradios und in Programmen von Sportanlässen
- Feste (Jubiläen, Einweihungen, Tag der offenen Tür) organisieren und die Mitarbeiter auffordern, ihre gesamte Verwand- und Bekanntschaft dazu einzuladen.

Wie wählt man die richtigen aus?
Wichtig sind Begeisterungsfähigkeit und zwei rechte Hände. Schul- und Sprachkenntnisse sind nebensächlich.

Bewerber finden sich, wenn ein Betrieb bekannt dafür ist, dass er
- gut ausbildet und
- die Ausgebildeten ziehen lässt und sie sogar dazu ermuntert.

Wer ein guter Handwerker werden will, muss nach der Lehre den Betrieb wechseln. Er ist aber damit nicht verloren, sondern der beste Botschafter des Betriebs und macht damit andere Handwerker auf die Qualität eines Betriebs aufmerksam.

Wt 25. März 2011