

Uponor investiert in Standort Haßfurt

Haßfurt – Der finnische Uponor Konzern hat sich dazu entschlossen, den Standort Haßfurt als europaweites Fertigungszentrum für seine Metallfittingsproduktion auszubauen. Bislang wurden diese Teile in einem zweiten Werk in Schweden produziert, das nun in das Werk in Haßfurt integriert werden soll. Der Umzug der Maschinen nach Haßfurt beginnt im Dezember. Dann entstehen an dem Standort 26 neue Arbeitsplätze.

Mit dem Zusammenlegen in Haßfurt steigt die Gesamtkapazität des Produktionsstandortes für Metallfittings um 7,5 auf insgesamt rund 33 Millionen Teile pro Jahr. Dazu werden insgesamt elf Maschinen aus dem zweiten Werk in Kungsör, Schweden, nach Haßfurt verlagert. Um diesen Ausbau der Kapazitäten auch vom Platz her zu ermöglichen, wird auf dem Gelände im Industriegebiet eine neue Leichtbauhalle errichtet. „In dieser Halle wollen wir zukünftig das Lager einrichten, so dass alle Maschinen direkt in den Werkshallen aufgestellt und hinsichtlich des Produktionsprozesses und der logistischen Vernetzung optimal platziert werden können“, erklärt Stefan Endres, verantwortlicher Manager für die Fittingproduktion.

Viele Unternehmen, wie beispielsweise Nokia, verlagern Produktionen aus Kostengründen ins Ausland. Ganz anders die Entscheidung von Uponor für Haßfurt: „Auch wir haben die Wirtschaftlichkeit unserer schwedischen und Haßfurter Produktionsstätten und die Qualitätsanforderungen unserer Kunden eingehend geprüft“, so Jürgen Ullrich, verantwortlicher Projektmanager der Uponor Gruppe zu den Hintergründen der Entscheidung. „Dabei ist ganz klar herausgekommen, dass der Standort Haßfurt gut für die Zukunft

Den Erfolg sichern nur begeisterte Kunden

Motivationstraining | Alexander Munke propagiert die „Dienstleistungsbegeisterungsbereitschaft“ – Rat: Immer positiv formulieren

Coburg – Huhn oder Adler sein? Für Alexander Munke ist das die entscheidende Frage. Wer im Geschäftsleben Erfolg haben will, ist er überzeugt, muss „ein helles Köpfchen haben, wachsame Augen, einen kräftigen Schnabel, zupackende Klauen“ – kurz: der Erfolgreiche hat Adlerqualitäten. Die Hühner dagegen, das sind die mufflig-lustlosen Abarbeiter, die sich nie zuständig fühlen, nichts zu ent-

Neue Presse service-**PREIS**

scheiden wagen, keine Initiative entfalten, sich von Kundenschaft belästigt fühlen. Nur mit den Adlern lässt sich wecken, was Munke etwas bombastisch die „Dienstleistungsbegeisterungsbereitschaft“ nennt. Aktives Verkaufen, so das Credo, ist serviceorientiert und „Service ist sexy“. Denn: Produkte sind austauschbar, man kann sie überall kaufen; entscheidend für den Geschäftserfolg ist die Dienstleistungsqualität, der Umgang mit Kunden.

Wer kein freundliches Gesicht hat, darf kein Geschäft aufmachen.

Alexander Munke

Geschäftsinhaber, die ihrem Personal einen Motivationschub verpassen möchten, sind bei Alexander Munke an der richtigen Adresse. Seine Botschaften sind simpel, aber eingängig. Der Mann ist nicht nur rhetorisch gut drauf. Munke ist ein echter Entertainer: Er hat Humor und Temperament, er singt und spielt Gitarre, schauspielert und jongliert. Und als



Mit griffigen Bildern (Huhn und Adler), Witz und Humor weiß Alexander Munke, der „Entertrainer“, Geschäftsleute und Mitarbeiter für mehr „Dienstleistungsbegeisterungsbereitschaft“ zu motivieren.

Foto: Hans Blischke

einer, der aus dem Hotelfach kommt, auch als Butler und Chauffeur gearbeitet hat, weiß er, wovon er spricht. Bei der Verleihung des Servicepreises der *Neuen Presse* am Mittwochabend im Hotel „Festungshof“ überzeugte er auch sein Publikum in Coburg.

„Die Menschen dazu bringen, wozu sie befähigt sind“, lautet Munkes Devise. Denn er glaubt: „Jeder ist als Adler ge-

boren.“ Der „Entertrainer“, wie er sich selbst nennt, hat wenig Verständnis für Geschäftsleute und Unternehmer, die jammern, dass ihre Belegschaft nur aus Hühnern bestehe. Munke: „Wer hat die denn eingestellt?“ Ein Unternehmer müsse Servicestandards für alle Firmenebenen festlegen, selbst Vorbild sein, die Mitarbeiter inspirieren, motivieren, hochziehen. Und er müsse für eine positive

Grundstimmung im Team sorgen, nur dann könnten Menschen „aneinander wachsen“.

Ein zufriedener Kunde ist aus Sicht Munkes nicht genug; besser sei der begeisterte Kunde. Aktives Verkaufen erfordere darum Einfühlungsvermögen, „Begegnungsqualität“, Freundlichkeit. Sein Rat: „Lächle mal am Arbeitsplatz.“ Mit Kunden umgehen heiße: beraten, bedienen, betreuen, binden. Aber

der Kunde wolle sich auch wohlfühlen. Deshalb: „Wer kein freundliches Gesicht hat, darf kein Geschäft aufmachen.“

Erfolgsorientierung, so Munke, müsse immer zuerst auf die Kundenzufriedenheit abzielen, „dann kommt der Erfolg für uns sowieso“. Auch für die Erhöhung der Arbeitsqualität gelte, dass davon nicht nur der Kunde profitiert. Wer einen gu-

ten Job mache, Verantwortung übernehme, motiviert sei und Anerkennung finde – der fühle sich auch gleich selbst sehr viel besser und zufriedener. Arbeitsqualität sei eben auch Lebensqualität.

Ganz wichtig ist für Alexander Munke die Sprache. Sein Rat lautet: „Immer positiv und lösungsorientiert formulieren.“ Ganz falsch also, eine Kundenfrage mit einem müden „Weiß ich auch nicht“ abzutun. Viel besser ist die Antwort: „Warten Sie bitte einen Augenblick, ich mache mich schlau.“

Aber auch im Verhältnis des Vorgesetzten zum Mitarbeiter sollte die Regel beherzigt werden: Ermutigen, nicht bloßstellen, notwendige Kritik nicht beleidigend, sondern sachlich und konstruktiv vorbringen. Munke: „Sprache soll einen positiven Sog erzeugen, nicht Druck.“ Am ehesten zum Erfolg führten klar definierte Firmenziele und die Identifikation der Mitarbeiter mit dem eigenen Unternehmen. Ra

Alexander Munke

Alexander Munke, Jahrgang 1960, bietet Tipps und Methoden für persönliche und unternehmerische Erfolgsstrategien. Nach seiner Ausbildung an der Hotelfachschule Bad Reichenhall war Munke in renommierten Häusern erfolgreich tätig, u. a. im Hotel „Palace“ (Berlin) und bei Feinkost Käfer (München). Dienstleistung lebte er als Butler und Chauffeur bei Josef von Ferenczy in München und auf einer Privatjacht in Cannes. In Kanada agierte er als Managing Director und studierte das Verhalten des Weißkopfsaadlers. Heute ist er selbstständig.