

Die Abnahme als Highlight

Um sich bei einem Kunden nach Vollendung des Projekts in dauerhafte Erinnerung zu bringen und zu behalten bietet sich die Abnahme an. Nur die Unterschrift einfordern und dann schnell weg erfüllt dieses Ziel nicht!

Erst am Schluss des Auftrags kann und wird der Kunde entscheiden, ob er mit der kompletten Leistung des Handwerkers wirklich zufrieden ist. So ist die Abnahme die beste Gelegenheit für den Handwerker, um eine Rückmeldung und Anerkennung für das geleistete Werk zu erhalten. Für den Kunden ist es ein – vielleicht – einmaliges Erlebnis und somit sind Gefühle wie Freude, Erleichterung und Stolz noch frisch. Die Kunden freuen sich dann, diese Gefühle mit dem Handwerker zu teilen. Somit ist eine bewusst gestaltete Abnahme also „die“ Gelegenheit und darum sollte darauf etwas Aufmerksamkeit verwendet werden. Ist der ausführende Handwerker bereits in der Abnahmephase sorgfältig, aufmerksam und nah am Kunden, vermeidet er eher unangenehme Kundenanrufe im Nachgang und mögliche nervige Wiederholungsbesuche.

So kann eine Abnahme gut gelingen

Den Kunden rechtzeitig und mit ihm gemeinsam den Abnahmetermin vereinbaren und entsprechend Vorlauf einplanen ist sehr wichtig.

Bevor es zum Vorgang der endgültigen Abnahme kommt, muss auf alle Fälle die ehemalige Baustelle gesäubert werden. Jeglicher Müll und auch Handwerkszeug, ob vom Handwerker oder jemand anderem im Haus, hat dann in Sichtweite nichts mehr zu suchen. Das erstellte Werk steht sonst in einem schlechteren Licht da, als Sie es wollen.

Sprechen Sie den Kunden oder die Kunden direkt an und holen Sie sie zur Abnahme.

„Frau Meier, wir haben es geschafft! Ihr neues Bad/Heizung ist fertig! Kommen Sie doch bitte mit.“

Gefühle sind erst einmal wichtiger als technische Details. Präsentieren Sie Ihr fertiggestelltes Werk Ihrem Kunden und teilen Sie seine Freude. Dadurch verstärken Sie positive Gefühle wie Stolz, Freude und Erleichterung.

„Es freut mich und mein Team sehr, dass es Ihnen so gut gefällt und genau so geworden ist, wie Sie es sich vorgestellt haben! Das war auch unser Ziel!“

Loben Sie den Kunden für die Auswahl seiner Produkte und Designs, auch wenn es vielleicht nicht Ihr persönlicher Geschmack ist. Dies wird auch „positive Ver-

stärkung“ genannt, damit stärken Sie den Kunden auch nachträglich, dass er richtig entschieden hat. Dies wird seine Bindung zu seiner Investition und Entscheidung noch verstärken und er weiß, dass er mit Ihnen den richtigen Handwerker gewählt hat.

Gehen Sie erst dann die wichtigen technischen Funktionen Ihrer Leistung mit ihm durch. Er soll es unter Ihrer Anleitung gleich selbst ausprobieren. Somit hat er oder sie gleich ein weiteres Erfolgserlebnis. Dann erst kommen die technischen Merkmale und die daraus resultierenden Vorteile derentwegen er diese Investition ja erst getätigt hat. Er hat nicht die Merkmale gekauft, sondern die Vorteile daraus!



Auch gilt es eventuell Zusatzleistungen oder Nachlieferungen anzusprechen. In der allgemeinen Euphorie der Übergabe dies auch im Abnahmeprotokoll vermerken. Konkrete Maßnahmen und Lösungen sind zu vereinbaren. Das zeigt, dass Sie als Partner fair sind und interessiert daran, dass alles im Sinne des Kunden korrekt abläuft. Beispiel: eine Zierleiste oder Blende wird nachbestellt, Handwerker meldet sich umgehend, wenn das Teil eingetroffen ist und dann wird gleich ein neuer Termin vereinbart. Dann ist alles perfekt!

Im Rahmen der Übergabe muss der Kunde die Zeit haben, Fragen zu stellen, die für ihn wichtig sind. Noch wichtiger ist, dass er auch wirklich Ihre Ausführungen und Erklärungen verstanden hat, er zufrieden ist und beruhigt das Abnahmeprotokoll unterschreibt.

Was haben Sie als Handwerker davon?

Sie vermeiden unnötige Reklamationen und stressige Wiederholungsbesuche. Zusätzlich sind Sie abgesichert, beugen lästigen Auseinandersetzungen vor und sind auf der sicheren Seite.

Auch Ihr Kunde wird entspannt sein, sich sicher und auch ernst genommen fühlen. Außerdem können Sie auch knifflige Situationen wie Nachbesserungen oder Nach-

lieferungen wesentlich konstruktiver mit ihm besprechen und sparen wertvolle Zeit und Nerven.

Langfristig gesehen vertieft eine gelungene Abnahme beim Kunden das gute Gefühl, sich genau für den richtigen Handwerker entschieden zu haben. Seine persönliche Rückmeldung an Sie und seine (hoffentlich) guten Bewertungen (z.B. online) tun auch Ihnen als Dienstleister gut. Der Kunde wird Ihnen aufgrund der positiven Erfahrungen treu bleiben.

Stammkunden: Pflegen Sie den Schatz Ihres Betriebs richtig

Ohne Kunden gibt es keinen Betrieb – sie sind die Existenzgrundlage. Da jedes Unternehmen auf Wachstum ausgelegt ist, wird der Schwerpunkt der Kundenakquise oft auf Neukunden gelegt. Übersehen wird dabei, dass die Kosten für die Akquise von Neukunden im Schnitt dreimal so hoch sind, wie die Pflege von Stammkunden. Ohne Kunden, kein Umsatz. Das ist eine Binsenweisheit – und doch sollten sich Betriebsinhaber diese von Zeit zu Zeit ins Gedächtnis rufen. Kunden sind die Existenzgrundlage jedes Unternehmens. Oftmals liegt der Fokus von Betrieben dabei auf der Akquise neuer Interessenten, um diese durch – meist recht teure – Marketingmaßnahmen wie etwa Werbeanzeigen zu Kunden zu machen. Dabei sind Bestandskunden oft die wahren Schätze – man hat sie bereits gewonnen und im besten Fall von sich überzeugt. Da diese eine Telefonnummer haben und immer anrufen, wenn etwas mit der Haustechnik nicht stimmt.



Für die Profitabilität eines Betriebs spielen Bestandskunden eine sehr große Rolle. Dafür sei es wichtig, Bindungen aufzubauen und stetig die Kundenzufriedenheit zu optimieren. Eine Untersuchung besagt, dass es siebenmal einfacher ist, von einem Bestandskunden einen neuen Auftrag zu bekommen, als eine unbekannte Person von den Fähigkeiten des eigenen Unternehmens zu überzeugen. Gerade darum ist es wichtig, gezielt Beziehungen zu seinen Kunden aufzubauen und zu pflegen. Kundenbeziehungen sind nicht anders als normale Beziehungen auch: Sie wollen kontinuierlich gepflegt werden. Wenn ein Kunde spürt, dass sich ein Unternehmen um ihn bemüht, kann dies seine Treue und Loyalität stärken.

Konjunkturentwicklung im bayerischen Handwerk im 2. Quartal 2024

Der Bayerische Handwerkstag hat Anfang August seinen Konjunkturbericht für das 2. Quartal 2024 veröffentlicht. Das bayerische Handwerk bleibt – im Gleichklang mit der Gesamtwirtschaft – in der aktuellen konjunkturellen Schwächephase gefangen. Besonders die anhaltende Krise im Wohnungsbau wirkt bremsend.

81 % der Betriebe beurteilten ihre Geschäftslage als gut oder befriedigend, dies ist ein Rückgang um 4 Prozentpunkte bzw. knapp 5 Prozent. Das vorerst geschätzte Umsatzvolumen von 37 Milliarden Euro im 2. Quartal entspricht einem nominalen Umsatzrückgang von 1 % bzw. einem realen Umsatzrückgang von 4 %.

Die Beschäftigung ging zum 30. Juni 2024 um knapp 1 Prozent auf 943.500 Personen gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitpunkt zurück. Von den befragten Betrieben verzeichnen 16 % gestiegene Auftragseingänge, während beachtliche 30 % von gesunkenen Auftragseingängen berichten.

Ebenfalls rückläufig ist die Auftragsreichweite mit 9,2 Wochen. Für das 3. Quartal 2024 rechneten 83 % der Betriebe mit besseren oder gleichbleibenden Geschäften, 1 Prozentpunkt mehr als vor einem Jahr.

Hier geht's zum Seminarangebot der Förderungsgesellschaft
[HAUSTECHNIKBAYERN.DE/SEMINARE/](https://haustechnikbayern.de/SEMINARE/)

