

## Sicher durch die Wirtschaftskrise

»Keine Experimente« - dieses Motto empfiehlt Unternehmensberater Johannes Ulrich Becker als Wegweiser durch die Wirtschaftskrise. Hier drei Regeln für die Zukunftssicherung:

### Regel 1: Konzentrieren Sie sich auf Ihr Kerngeschäft

Wer in jedem Bereich Spitzenleistungen vollbringen will, muss für entsprechende Ressourcen sorgen, sowohl personell wie finanziell. Hinzu kommt, dass sich Universalanbieter im Wettbewerbsumfeld nur sehr schwierig positionieren lassen. Spezialisten haben es da in jeder Beziehung deutlich einfacher. Deshalb gilt: Trennen Sie sich von allen Aktivitäten, in denen Sie nur Durchschnitte sind, konzentrieren Sie sich stattdessen auf Ihre eindeutigen Stärken und experimentieren Sie auf keinen Fall mit Geschäftsbereichen, in denen Sie keine oder nur geringe Erfahrung haben.

### Regel 2: Halten Sie Ihre Preise stabil

Wenn Umsätze und Gewinne sinken, denken viele Unternehmer über Preissenkungen nach. Gibt es dafür einen triftigen Grund - beispielsweise ein Firmenjubiläum, deutlich gesunkene Einkaufspreise oder Restposten -, ist das für Kunden auch nachvollziehbar. Erfolgt die Preissenkung allerdings rein experimentell aus heiterem Himmel, könnten sich Kunden fragen, ob sie bisher nicht übervorteilt wurden.

## 30 Jahre Lithos

Seit drei Jahrzehnten engagiert sich Dietmar H. Küstner im Außendienst für die Firma Lithos in Unna. Die Friedhofskultur liegt ihm am Herzen; aufmerksam verfolgt er dazu Artikel in der Fachzeitschrift, bringt diese bei seinen Kunden ins Gespräch und legt ihnen die individuelle Kundenansprache nahe. Wir gratulieren herzlich zum 30-Jährigen!

Außerdem bringen sinkende Verkaufspreise zwar mehr Umsatz, erhöhen aber nicht zwangsläufig die Gewinne. Das Verhältnis von festen und variablen Kosten ist hier entscheidend. Ganz gefährlich sind Preiskriege mit Wettbewerbern, denn letztlich kennen solche Gemetzeln nur Verlierer. Machen Sie Ihren Kunden stattdessen klar, dass gute Leistung immer noch gutes Geld kostet und rücken Sie gegebenenfalls ihre ohnehin niedrigpreisigen Angebote in den Vordergrund. Nicht zu vergessen: Wenn die Konjunktur wieder anzieht, profitieren Sie automatisch. Die anderen dagegen befinden sich in Erklärungsnot für die plötzlich ansteigenden Preise ...

### Regel 3: Bieten Sie Ihren Kunden mehr Service

Freundliche, hilfsbereite und kompetente Mitarbeiter bringen oft mehr Umsatz als eine groß angelegte Werbekampagne. Da Deutschland in Sachen Service nach wie vor einer Diaspora ähnelt, werden viele Kunden von verständnisvoller Kommunikation und schneller Auftragsabwicklung begeistert sein. Ihr professioneller Service spricht sich herum und steigert die Nachfrage. Hilfreich und wertvoll sind auch Kleinigkeiten, wie telefonisches oder briefliches Nachfragen nach Auftragsende, Karten zu Geburts- und Feiertagen oder kleine »Add-ons« für wenige Euro, passend zu Ihrem Angebot.

[kontakt@beckervonbuch.de](mailto:kontakt@beckervonbuch.de)



Dietmar H. Küstner

**Lithos Marmor und Granit**  
**59423 Unna**  
**Tel.: 02303/98690-24**  
**www.lithosmarmor.de**

## Verlobt ...

... sind Unika-GF Georg G. Platzer und Jana Prior, die ihm in Sachen Logistik und Export auch geschäftlich zur Seite steht. Auf der Stone+tec präsentierten sie Adria Perlenkalkstein und dolomitischen, mediterranen Muschelkalkstein (ab 3 cm auch für Anwendungen im Außenbereich). Die Firma hat sich auf Natursteine aus Europa und speziell aus Österreich und den ehemaligen K&K-Gebieten spezialisiert.



Jana Prior und Georg Platzer  
 auf der Stone+tec

**Unika Natursteinwerk GmbH**  
**A-5211 Lengau/Salzburg**  
**Tel.: 0043/7746-2061**  
**www.natursteine.at**

## 50 Jahre Ulisse Orlandini

Mit 250 geladenen Gästen feierte die Firma Ulisse Orlandini am 22. Mai in der Nähe des Nürnberger Messegeländes ihr 50-jähriges Bestehen. »Wir wollen unseren Kunden etwas zurückgeben«, so GF Markus Hörmann. Auf der Stone+tec war das Handelsunternehmen zwar nicht mit einem Stand, dafür aber mit einem Truck vertreten, darauf golden die Jubiläumsziffer sowie ausgesuchte Materialien wie Brown Bahia und Golden Chocolate. Laut Hörmann beschäftigt Ulisse Orlandini 14 Mitarbeiter in Deutschland und weitere 14 in Italien. Man liefert bundesweit und engagiert sich auch im Objektgeschäft.



Ulisse Orlandini und seine Tochter Manuela

Die Festrede hielt Ulisse Orlandinis Tochter Manuela. Anrührend beschrieb sie den Aufbau des Unternehmens durch ihren Vater. Besonders geehrt wurde auch Außendienstleiter Hubert Stärk.

**Ulisse Orlandini Naturstein GmbH, 88048 Friedrichshafen**  
**Tel.: 07541/4090-0**  
**www.orlandini-stein.de**



Die Firma Ulisse Orlandini auf der Stone+tec; im Bild GF Markus Hörmann (2.v.l.)

## Stone+tec aktuell

Wie die Juma an jedem Messetag (um 9 Uhr früh!) die Messe ansingt, singen auch wir in dieser Ausgabe die Stone+tec Berichterstattung an. Natürlich können wir nicht alles ins aktuelle Heft packen - bitte nicht böse sein, wer sich in dieser Ausgabe nicht entdeckt. Gucken Sie bitte auch in unser Online-Special unter [www.natursteinonline.com](http://www.natursteinonline.com)! Dort gibt's auch schon viele neue Produkte. Wir wünschen Ihnen (mit den Mädels von der Firma Risse) viel



Die starken Frauen im Risse-Team (2.v.r. Lea Risse)

Freude an dieser Ausgabe. Die Messe hat Spaß gemacht. Danke für viele gute Gespräche und uns allen viel Glück für die zweite Jahreshälfte.

*Bärbel Holländer*



Das JUMA-Team singt die Messe an.

## Berichtigung

In der Ausgabe Naturstein 5/2009 hat sich auf S. 128 im Artikel »Stärkere Präsenz in Deutschland« bei der Adressangabe der Firma Denver S.A. ein Fehler eingeschlichen: Die Telefon- und Faxnummern müssen richtig lauten:

Tel.: 0037/8999688  
Fax: 0037/8999651

In der Berichterstattung über unser Expertengespräch zum Thema Trends trat Dipl.-Ing. Dieter Zimmermann in zwei Infokästen als Autor auf. Wir vergaßen zu erwähnen, dass er bei Akemi für den Bereich Forschung, Entwicklung und Qualitätssicherung zuständig ist.

Wir bitten um Entschuldigung!

## Neues aus Neuruppin

Das Natursteinwerk Neuruppin hat neue Geschäftsführer. Michael Flatau hat die Firma zu Jahresbeginn von seinem Vater Amandus Flatau übernommen. Teil der Geschäftsleitung ist auch Tobias Wewers aus Osnabrück, wo Flatau noch eine »Stein und Kunstwerkstatt« betreibt. Das Werk in Neuruppin beschäftigt 17 Mitarbeiter, ist technisch gut gerüstet und macht den Exklusivvertrieb für einen Posteaer Sandsteinbruch.



Michael Flatau (l.) und Produktmanager Michael Schüttrumpf

**Natursteinwerk Neuruppin**  
**16816 Neuruppin**  
**Tel: 03391/8226-6**  
**[www.natursteinwerk-neuruppin.de](http://www.natursteinwerk-neuruppin.de)**

## Der Obermeister hat das Wort

### Auf die Satzung kommt es an!

Von Markus Steininger,  
Obermeister der Innung  
München/Oberbayern



#### Zur Person

Markus Steininger führt in dritter Generation das 1922 gegründete Familienunternehmen STEININGER STEINMETZ in München, wobei die vierte Generation schon in den Startlöchern steht. Der 49-jährige Steinmetz- und Steinbildhauermeister, Steintechniker, geprüfte Restaurator und vereidigte Sachverständige beschäftigt derzeit 17 Mitarbeiter. Der Fokus der Firma ist ausgerichtet auf anspruchsvollen Innenausbau - oft nach eigenen Entwürfen -, Ladenausstattungen, Außen- und Gartenbereiche, Massivarbeiten, Restaurierungen und Grabmale. Zu rund 90% fertigt man direkt aus Rohmaterialien.

Bis Jahresende tritt die EU-Dienstleistungsrichtlinie in Kraft. Viele fürchten, dass dann italienische und portugiesische Steinmetzen auf unsere Friedhöfe drängen. Doch Fachbetriebe aus der EU dürfen auch jetzt schon bei uns Steine versetzen. Nicht sie müssen uns Sorge bereiten, sondern jene Nicht-Fachleute hierzulande, die auch schon lauern. Etwa der Gebäudereiniger oder Tiefbauer, der im Internet einen indischen Stein kauft und ihn dann aufstellt.

Das aber lässt sich nachhaltig verhindern - durch Satzungen, die so formuliert sind, dass sie nur Fachbetrieben unserer Branche die Arbeit auf dem Friedhof ermöglichen. Es muss also ein Qualitätsnachweis vorliegen, der Meisterbrief etwa oder der Eintrag in die Handwerksrolle. Damit wären Steinhändler oder Bestatter, die immer mehr in unser Metier reindrücken, außen vor. Es ist ja auch im Interesse einer Friedhofsträgers, dass diese Arbeiten nicht nur angezeigt werden. Läuft etwas schief, fällt es auch ihm auf die Füße. München ist hier Vorreiter. Als Innung sitzen wir regelmäßig mit der städtischen Friedhofsbehörde zusammen. Es besteht ein sehr enges und konstruktives Verhältnis. Die Stadt sieht uns heute als Partner, frühere Resentiments sind abgebaut. Man merkt, dass wir nicht nur unser eigenes Süppchen kochen wollen. Es hat sich im Stadtrat wie in der Verwaltung eingebürgert, dass man vor Entscheidungen zum Friedhof zunächst die Steinmetzinnung befragt. Auch in alle Satzungsfragen

wurden wir eingebunden. So konnten wir verhindern, dass sich bald jedermann auf den Friedhöfen tummelt. Heikle Punkte haben wir dabei zwischen Innung und Friedhofsamt einzeln beleuchtet und mit Hilfe der städtischen Rechtsabteilung juristisch wasserdicht gemacht. Wichtig ist, dass wir Steinmetzen zusammenhalten und sich keiner hergibt, den Handlager für einen Händler oder Bestatter zu mimen. Wir brauchen Kollegen, die auch »arbeiten« wollen. Wer nur auf den schnellen Euro aus ist, sich indische Steine besorgt und die nur noch aufstellt, verdirbt den Ruf der Branche. Das merkt auch ein Friedhofsverwalter schnell. Dann hat man natürlich schlechte Karten. Es stimmt auch nicht, dass die Kunden solche polierten, oft geschmacklosen Grabmale wollen. Wir setzen die Trends!

*Harald Lachmann*