

KOPF DER WOCHE

Juniorern suchen Mitglieder



Armin Schürz ist WJ-Vorsitzender.

Weil sich die Zahl der aktiven Wirtschaftsjunioren in den nächsten drei Jahren halbieren wird, haben sich die Wirtschaftsjunioren in den nächsten Monaten die Mitgliederwerbung auf die Fahne geschrieben. Das hat ihr neuer Vorstandssprecher Armin Schürz erklärt. Denn: Nur bis zum Alter von 40 Jahren dürfen die jungen Führungskräfte der Wirtschaft in der Vereinigung dabei sein. Dann bleiben sie lediglich Fördermitglieder. Zwar ist ihr Rat nach wie vor gefragt, doch aktive Arbeit werden sie in der Nachwuchsorganisation nicht mehr leisten. Damit das Ziel, möglichst viele neue Mitglieder zu gewinnen, auch tatsächlich erreicht wird, haben die Wirtschaftsjunioren und ihr neuer Vorstand (wir berichteten) ein eigenes Ressort „Mitgliederwerbung“ geschaffen, das Tino Grunwald verantwortet.

ZAHLEN & FAKTEN

Im Handwerk in der Region Stuttgart wurden 2009 (2008) folgende Ausbildungsverträge geschlossen: Böblingen 1615 (1566), Esslingen 2219 (2156), Göppingen 1393 (1332), Ludwigsburg 2379 (2363), Rems-Murr-Kreis 2197 (2209), Stadtkreis Stuttgart 2375 (2442), insgesamt: 12 178 (12 068). Die vollständige Ausbildungsstatistik 2009 findet sich unter: <http://www.hwk-stuttgart.de/pdf/laubib09.pdf>

Auf Teamarbeit wird Wert gelegt

Der Geislinger Diplom-Designer Chris Pollak schärft und schafft erfolgreich Kundenprofile

„Design ist kein Luxus, sondern eine wichtige Investition, die sich lohnt.“ Das sagt Diplom-Designer Chris Pollak, der unter anderem für Sascha Binder dessen Bundestagswahlkampf gestalterisch geplant hat.

CLAUDIA BURST

Geislingen. Auf einen Blick erkennen, dass dies ein Flyer der Grünen ist, weil das Design logische Gedankenverbindungen herstellt. Sofort sehen, was der Kandidat auf dem Plakat aussagen will, weil die Gestaltung fesselt. Neugierig werden auf die Ware, die eine Firma der Öffentlichkeit präsentiert – das ist das Ziel, dem sich Chris Pollak mit seinem Design- und Beratungsbüro „chris pollakdesign consulting“ verschrieben hat. Vor acht Jahren machte sich der 35-Jährige in Geislingen selbstständig und kann inzwischen eine beachtliche Referenzliste von Industriekunden, Einzelhandel, Handwerk und Non-Profit-Organisationen vorweisen, für

Vor acht Jahren selbstständig gemacht

die er die unverwechselbare Firmenidentität (Corporate Identity, CI) entworfen hat.

Damit entwickelte der Diplom-Designer einerseits Profile seiner Kunden völlig neu, oder – was häufiger vorkommt – er arbeitete sie heraus, schärfte sie also.

Um in der Außenwahrnehmung erkannt und akzeptiert zu werden, müssen sich Firmen oder Unternehmen glaubwürdig und konsequent präsentieren: mit ihrem Briefpapier oder Visitenkarten, mit Broschüren, Katalogen oder Flyern oder natürlich auf der Unternehmenswebseite. Dafür braucht es ein einheitliches Erscheinungsbild, ein „Corpo-



Vor gut acht Jahren hat sich Chris Pollak mit seinem Design- und Beratungsbüro in Geislingen selbstständig gemacht: Design, so sein Credo, sei kein Luxus, sondern eine wichtige Investition, die sich lohne. Foto: Claudia Burst

rate Design“ – und hier kommt Chris Pollak ins Spiel.

Der Geislinger absolvierte bereits als Schüler auf dem Michelberg-Gymnasium mit dem Fach Kunst als Leistungskurs sein Abitur, studierte danach auf der Hochschule für Gestaltung in Schwäbisch Gmünd und begann schon während seines Auslandssemesters in London freiberufliche Erfahrungen bei internationalen Design- und Consulting-Agenturen zu sammeln.

Dieses Wissen kommt ihm heute zugute, wenn er zu seinen Kunden geht, sich über deren unternehmerische Vorstellungen und Wünsche informiert und sowohl externe als auch interne Kommunikationsmaß-

nahmen analysiert. Wo sind Stärken und Schwächen? Wer ist die Zielgruppe? Wie sehen sich Unternehmer und Mitarbeiter selbst und wodurch unterscheidet sich dieses Selbstbildnis von der Außenwahrnehmung?

Nicht selten hört der Berater dabei Sätze wie: „Das haben wir immer schon so gemacht“ und versucht dann eventuell, neue Ansätze ins Spiel zu bringen. Seine innovative Kompetenz ist ein großes Plus für den Diplom-Designer. Bei der Entwicklung eines Erscheinungsbildes spielt er mit Material, Farbe und Sprache. Weil ein neues CI wichtig für das Image ist, muss ein Wechsel strukturiert durchgezogen werden,

denn durchdachtes Design ist ein Prozess. Hier liegt der Vorteil von „chris pollakdesign consulting“, denn der konzeptionell arbeitende Gestalter ist Ansprechpartner sowohl für Planung und Beratung, als auch für die Qualitätssicherung. Bei Letzterem hilft ihm seine Partnerin und Kollegin Anja Eitelbuss, die ihn als ausgebildete Europasekretärin hervorragend ergänzt und ihr sprachliches Geschick mit einbringt.

„Design ist kein Luxus“, macht Chris Pollak klar, „sondern eine wichtige, sich lohnende Investition.“

Das erklärt er anhand der Unternehmenskommunikation im welt-

weiten Computernetz: Muss diese Seite den Betrieb/das Unternehmen „nur“ präsentieren oder soll die Webseite zum Beispiel als Vertriebsweg genutzt werden – oder gilt die Internet-Heimat als Unternehmensportal, welches interne und externe Geschäftsprozesse opti-

Interdisziplinär mit den besten Ergebnissen

miert? Um dieses komplexe Thema umfassend aufzuarbeiten, „lernt“ der Designer den Betrieb möglichst gut kennen und redet mit Entscheidungsträgern und den Mitarbeitern der verschiedenen Abteilungen. Für ihn ist die Webseite ein „lebendes System“, das sowohl für den Besucher als auch für den Mitarbeiter, der sie pflegt, praktikabel gestaltet sein muss.

„Interdisziplinäre Teamarbeit“ ergibt dabei die besten Ergebnisse, weiß Pollak. Ähnlich hat er es auch bei diversen politischen Kampagnen gehalten. Ob dies nun die Gesamtdarstellung für die „Grünen“-Fraktion im Landtag ist, die er in Kooperation mit einer Stuttgarter Agentur betreut, das Konzept zur einheitlichen Darstellung der SPD-Ortsvereine bei den Kommunalwahlen letztes Jahr im Landkreis oder der Bundestagswahlkampf für Sascha Binder.

Rat vom Freund

Auch bei Sascha Binder ging es als erstes darum, den Kandidaten richtig kennen zu lernen, wofür bei der Stärke-Schwäche-Analyse sogar der Großvater und ein guter, völlig unpolitischer Freund Binders zu Rate gezogen wurden. „Und Sascha Binder hat im Endeffekt im Landesdurchschnitt sehr gut abgeschnitten“, freut sich Pollak.

Mein Arbeitsplatz



Handwerksmeister Andreas Grünwald gestaltet kreative Bäder. Insbesondere aus kleinen Räumen oder bei Altbauanierungen könne man mit der richtigen Idee viel machen und die ehemalige „Nasszelle“ zu einem echten Wohlfühlort gestalten, den man gerne betritt.

Handwerk liegt vorn

Ausbildung auch in der Wirtschaftskrise

Kreis Göppingen. Auch in wirtschaftlich turbulenten Zeiten bleibt das Handwerk der Region ein verlässlicher Ausbildungspartner. Mit 4728 neu abgeschlossenen Ausbildungsverträgen in 2009 wurde das Rekordergebnis aus dem Jahr zuvor nur um 3,7 Prozent verfehlt. Eine zufriedenstellende Abschlussbilanz zieht Bernd Stockburger, Geschäftsführer Berufliche Bildung bei der Handwerkskammer Region Stuttgart: „Die stabil hohe Ausbildungs-bereitschaft unserer Betriebe zeigt, dass sie sich intensiv um den nötigen Fachkräftenachwuchs bemühen.“ Nur so könne der Wettbewerb auf den engen Märkten überhaupt erfolgreich bewältigt werden.

Im vergangenen Jahr haben viele Handwerksbetriebe auch leistungsschwächeren Jugendlichen eine faire Chance gegeben: Knapp die Hälfte aller neuen Lehrlinge sind

Hauptschulabsolventen, fast zwölf Prozent der Auszubildenden des ersten Lehrjahrs haben keinerlei Abschlusszeugnis einer allgemeinbildenden Schule in der Tasche. Bei vielen dieser Azubi müssen sich die Ausbilder besonders engagieren, um sie zu einem erfolgreichen Lehrabschluss zu führen. „Immer mehr Betriebe können diesen Kraftakt aber kaum mehr leisten“, sagt Ausbildungsexperte Stockburger, „deshalb lassen sie ihre Ausbildungsplätze oft unbesetzt.“ Hinzu komme, dass die Betriebe trotz aller Anstrengungen nicht genügend Bewerber finden, die den ständig steigenden Anforderungen an eine qualifizierte Ausbildung gewachsen sind. Der Mangel an leistungsfähigen und leistungsbereiten Jugendlichen wird sich nach Einschätzung der Kammer in den nächsten Jahren noch verschärfen. pm

INTERVIEW • OLIVER HEER

„Schnell agieren mit Kontakten zum Kunden“

Das Nic-Systemhaus will seine Präsenz in Süddeutschland erfolgreich ausbauen

Die Nic-Gruppe meldet einen Umsatzwachstum von 50 Prozent und neun neue Mitarbeiter – und das im Krisenjahr 2009. Nun hat das Unternehmen seine Geschäftsführung mit Oliver Heer erweitert.

CONSTANTIN FETZER

Sie wachsen in Krisenzeiten. Worauf führen Sie das zurück?

HEER: Wir sind ein Dienstleister und hatten nie den Fokus auf Hardware- oder Softwareverkauf gesetzt. Diese bereits sehr frühe Festlegung hat uns in die Lage versetzt, unser Unternehmen von Anfang an auf die Bedürfnisse der Kunden auszurichten. Themen wie Miete von PCs inklusive Support oder Serverbetreuung bis hin zum gesamten IT-Betrieb zum Festpreis sind für uns nicht neu, sondern Gegenstand unserer täglichen Arbeit. Das erkennen die Kunden bereits in den ersten Gesprächen, da wir darlegen können, wie unsere Referenzprojekte verlaufen sind und wie transparent unsere Arbeit ist. Dieser Umstand macht unsere Dienstleistung für Kunden sehr interessant, was

Transparenz gegenüber Kunden ist wichtig

sich in Umsatzsteigerung und Wachstum des Unternehmens widerspiegelt.

Wie machen Sie für Ihre Kunden Ihre Arbeit transparent?

HEER: Wir protokollieren minutengenau jede Tätigkeit, die wir für unsere Kunden durchführen, alle Systeme, alle Kosten werden in unserem System erfasst und nachverfolgt. So sind wir sehr schnell in der Lage, dem Kunden aufzuzeigen, wo der Aufwand bei der Betreuung



Oliver Heer: Wir arbeiten eng mit lokalen Agenturen und Web-Designern zusammen, um unser Produkt richtig am Markt zu platzieren. Foto: Constantin Fetzer

seines EDV-Systems entsteht, welcher Anwender oder welche Anwendung die größte Aufmerksamkeit benötigt. Fundierte Daten sind essentiell, wenn Aufwand und damit Kosten reduziert werden sollen. Dem Kunden nur zu sagen „wir sind schneller, besser, billiger“ oder sogar „das ist gerade Trend“ funktioniert nicht. Der Kunde möchte wissen, dass wir zur Kostensenkung in der Lage sind und das belegen wir durch Referenzen und Transparenz. Es geht um Vertrauen, wenn ein Unternehmer seine IT an einen Dritten übergibt. Dabei zählt mehr als ein guter Vertrieb, ich muss beweisen, dass ich integer, verlässlich und seriös arbeite.

Nun sind die Aufgaben in der Ge-

schäftsführung neu verteilt. Worauf konzentriert sich Nic noch?

HEER: Uns treiben vier wichtige Themen an. Zum einen natürlich der weitere Ausbau unserer Bestandskunden, die Gewinnung neuer Kunden und die weitere Optimierung unserer Organisation, um noch besser und transparenter sein zu können. Und daraus ist auch der vierte Bereich entstanden, dem wir uns nun voll widmen: der Weiterentwicklung und Vermarktung unseres Support-Systems. Das bisher überwiegend für unseren eigenen Einsatz entwickelte Programm wird ab Mitte 2010 als Produkt auf den Markt kommen. Wir arbeiten eng mit lokalen Agenturen und Web-Designern zusammen um, unser Produkt richtig am Markt zu platzieren.

Sie haben sich lange international und bundesweit engagiert. Warum nun die Ausrichtung auf den süddeutschen Raum?

HEER: Dazu muss man wissen, dass wir in der Vergangenheit durch Empfehlung gewachsen sind und nie aktiv vertriebllich tätig waren. Diese Empfehlungen waren, aufgrund unserer internationalen Kunden, dann auch oft internationaler oder bundesweiter Art. Wir haben auch heute noch Neuaufträge aus dem Ausland, zurzeit wieder ein Outsourcing mit rund 500 PCs und 30 Servern in sieben Ländern Europas, aber vertriebllich aktiv wollen wir dort sein, wo wir schnell agieren und einen guten Kontakt zum Kunden halten können – in Süddeutschland.

Wie sehen Sie das immer mehr expandierende Unternehmen in der näheren Zukunft?

HEER: Weiter konstant unseren Weg verfolgen und uns sowohl um unsere interne Organisation als auch den externen Vertrieb kümmern. Die Optimierung des Unternehmens muss in abgestimmter Weise mit dem Wachstum erfolgen, wie das die vergangenen Jahre der Fall war. Wir wollen kein großes, schlecht organisiertes Systemhaus und kein kleines überorganisiertes EDV-Team sein, sondern ein Unternehmen, das authentisch und konsequent klar auf dem Markt als Outsourcingpartner für den Mittelstand wahrgenommen wird.

Zur Person

Oliver Heer wurde von Firmengründer und Chef Harald Geißelhart in die Geschäftsführung der Nic Systemhaus GmbH berufen. Er zeichnet für den Betrieb der Kundensysteme verantwortlich. Das Unternehmen sitzt im Göppinger Stauferpark und hat rund 40 Mitarbeiter.