

SCHÖNE FASSADEN BRAUCHEN SCHÖNE GERÜSTE

Bei der Gerüstbaufirma Ro² erkennt man den Wert einer professionellen Außendarstellung und die Möglichkeiten, die Facebook für die emotionale Profilierung eines Baugewerks bietet.



Robert Mayer und Roland Okken (r.)

FIRMENDATEN

Firmierung:	Ro ² GmbH & Co. KG
Gewerk:	Gerüstbau
Standort:	Berlin
Gründungsjahr:	2004
Wirkungsraum:	regional
Kundenstruktur:	5 % privat, 30 % öffentlich, 65 % gewerblich
Mitarbeiter:	35
Internet:	www.ro2-berlin.de

ERFOLGSFAKTOREN

- Professionelle Außendarstellung in allen Kontaktpunkten des Unternehmens
- Zertifizierungen als Wettbewerbsvorteil und zur Sicherstellung der Qualität
- Social Media zur Imagebildung und Mitarbeitergewinnung
- Mitarbeiterloyalität durch familiäres Betriebsklima und Investitionen in die Arbeitsplätze

„Schöne Fassaden brauchen schöne Gerüste“ ist ein Slogan, mit dem das Unternehmen Ro² auf Werbeplakaten an seinen Gerüsten in eigener Sache für sich wirbt. Aber in diesem knackigen Satz steckt zugleich die wesentliche Unternehmensphilosophie der Gerüstbauer aus Berlin.

Ein durchgängiges Erscheinungsbild in Orange und Blau

Den eigenen Weg zu gehen und sich von den Wettbewerbern der Branche zu unterscheiden, ist seit Beginn an das Bestreben der Ro². Roland Okken und Robert Meyer gründeten die Gerüstbaufirma 2004 als Nachfolgesellschaft eines Berliner Traditionsbetriebs, in dem beide lange Jahre als leitende Mitarbeiter tätig gewesen waren. Das wirtschaftliche Umfeld zum Zeitpunkt der Firmengründung war Anfang der 2000er nicht gerade rosig, die Berliner Bauwirtschaft stöhnte unter der schlechten Konjunktur-entwicklung. Umso mehr Wert legten Okken und Meyer von der ersten Stunde an auf die Profilierung ihres Handwerksbetriebs. „Gleich von Anfang an war unsere Zielsetzung: Wir müssen uns moderner aufstellen, wir müssen uns anders präsentieren. Wir dürfen nicht das tun, was andere machen, sondern müssen unsere Nische finden in einem hart umkämpften Markt“, so Roland Okken.

Den beiden Geschäftspartnern war klar: Von den anderen unterscheidet man sich bereits über den ersten Eindruck und so legen sie bis heute sehr großen Wert auf einen einheitlichen Geschäftsauftritt. Die Firmenfarben Orange und Blau untermalen jeden Kundenkontakt: Geschäftspapier, Visitenkarten, E-Mail-Signatur, Flyer, Fahrzeuge, Arbeitsbekleidung – das leuchtende „Ro²“ ist durchgängig zu sehen. Diesen Schwerpunkt setzten Okken und Meyer von Anfang an. 2013 dann investierten sie in ein Facelift des Firmenlogos, um den zeitgemäßen Auftritt zu gewährleisten. Aber nicht nur Geschäftsunterlagen und Infrastruktur, auch das eigentliche Produkt, die Gerüste, sind durchweg einheitlich gekennzeichnet. Neben der eigentlichen Firmenplane montiert Ro² für gewöhnlich eine zusätzliche Plane am Gerüst, die ganz auf das Marketing ausgerichtet ist und neben dem Logo die Firmenphilosophie in einem griffigen Slogan wiedergibt – wie eben zum Beispiel „Schöne Fassaden brauchen schöne Gerüste“ oder „Ro² – Leistung hoch zwei“. Die Investitionen in den Außenauftritt sind für das Führungsteam gut angelegt. „Wir werden viel angefragt, allein deshalb, weil wir draußen in der Stadt sichtbar sind“, so Robert Meyer und sein Kollege Roland Okken ergänzt: „Unsere Leute und die Fahrzeuge da draußen sind unsere Visitenkarte. Wir sehen aus wie Bauhandwerker, wir tragen keine Turnschuhe und Jogginghose, wie es zum Teil immer noch üblich ist, und das hebt uns, denke ich, schon von der Masse ab.“

Ohne Helm und ohne Gurt kommt keiner

Bei Ro² gibt man sich allerdings mit der reinen Sichtbarkeit des Firmenlogos auf der Baustelle nicht zufrieden, sondern legt zusätzlich großen Wert auf die Sichtbarkeit des eigenen Qualitätsanspruchs. Das beginnt bei der gründlichen Angebotserstellung, einer detaillierten Dokumentation der Leistungen und einer ausführlichen Präsentation der Angebote bzw. einem Verkaufsgespräch beim Kunden. Intensive Beratung der Bauherren, umfangreiche Planungsleistungen, Koordination mit anderen Baudienstleistern und Behördenabstimmung sind im Leistungsspektrum der Ro² selbstverständlicher Bestandteil.

Zur Sicherstellung der Qualität ihrer Handwerksleistungen nutzen Okken und Meyer Zertifizierungen, wie etwa die RAL-Güteschutzertifizierung, und setzen dabei auf interne und externe Qualitätsüberwachung. Die Gerüste der Ro² werden anhand eines vorgegebenen Protokolls von einer externen Firma auf die Einhaltung der Zertifizierungsrichtlinien überprüft und abgenommen. Im Rahmen der Eigenüberwachung werden die Mitarbeiter regelmäßig einmal im Jahr auf den neuesten Stand der Technik geschult. Darüber hinaus unterweist eine externe Sicherheitsfachkraft die Mitarbeiter zweimal jährlich in Arbeitsschutz- und Sicherheitsvorschriften. Diese Unterweisung extern zu vergeben, ist Geschäftsführer Meyer wichtig, „damit man auch mir Vorschriften macht“. Damit beugt Ro² vor, dass sich in diesem wichtigen Bereich durch das Tagesgeschäft ein Laissez-faire einschleicht. „Unsere Aufgabe ist es, Verkehrswege zu schaffen. Unsere Leute arbeiten in einer unsicheren Umgebung, um für andere sichere Arbeitsplätze zu schaffen, und sind dadurch einer besonderen Gefahr ausgesetzt“, erklärt Roland Okken die Bedeutung der Sicherheit in ihrem Geschäft.

Bei Ro² ist man da konsequent: Für jedes auch noch so kleine Gerüst wird eine Gefährdungsbeurteilung erstellt, die Mitarbeiter achten streng darauf, stets alle Sicherheitsvorkehrungen – wie zum Beispiel das Tragen von Helm und Gurt – auch bei kleinen Gerüsthöhen oder einfacheren Aufgaben einzuhalten.



Qualität fällt auf

Das Nachhalten dieser Sicherheitsmaßnahmen und der sauberen Dokumentation setzt natürlich einen höheren Verwaltungsaufwand voraus – allein acht der rund 30 Mitarbeiter bei Ro² sind im Büro tätig. Für Meyer und Okken rechnet sich das aber, denn das konsequente Verfolgen der Qualität sichert den Betrieb nicht nur gegen das Risiko einer juristischen Auseinandersetzung ab, sondern zahlt gleichzeitig immens auf die Außenwirkung ein. Die Zertifizierungen als solche sind bereits ein Wettbewerbsvorteil in der Branche. Noch vielmehr ist es die Sichtbarkeit der professionellen Handwerksleistung auf der Baustelle, die schon zu der einen oder anderen Anfrage und schließlich zu Aufträgen geführt hat, weil potenzielle Bauherren angehtan von der Arbeitsweise der Ro²-Mitarbeiter vor Ort waren.

Ro² setzt darüber hinaus auf Speziallösungen. Der Betrieb bietet zwar die komplette Bandbreite des Gewerks an, sucht aber gezielt Spezialaufträge, über die er sich vom Wettbewerb unterscheiden kann. Im Unternehmen sind die Kompetenz und die Ausstattung vorhanden. Über das Angebot von Alternativlösungen können Okken und Meyer oftmals für den Betrieb eine höhere Effizienz in der Leistungserstellung und für den Kunden die individuellere Lösung realisieren. Flexibilität spielt bei der erfolgreichen Akquisition eine ebenso große Rolle. Aufgrund ihrer Reputation werden Ro² gerne für akute Spezialaufträge angefragt. „Unsere Qualität besteht darin, dass wir schnell reagieren können, das hören wir oft vom Kunden. Wir setzen auch Dinge um, bei denen Kunden eigentlich sagen: ‚Das geht zeitlich nicht mehr.‘ Wir machen es aber trotzdem möglich. Natürlich müssen dann vor allen Dingen unsere Mitarbeiter mitziehen“, so Meyer.

Gute Mitarbeiter im Gerüstbau sind schwer zu finden

Die Mitarbeiter – ein elementares Thema bei Ro². „Eine der größten Herausforderungen der Zukunft ist es, sein Personal, das wenige und kostbare, gut zu führen: die Mitarbeiter positiv an sich zu binden, sie zu motivieren, jeden Morgen aufzustehen und einen harten Job zu machen – wahrscheinlich den härtesten Job am Bau überhaupt“, beschreibt Robert Meyer den Stellenwert der Personalführung bei Ro². Wie bei vielen Handwerksbetrieben sind auch bei Ro² der Fachkräftemangel und die Nachwuchsrekrutierung problematisch. Der Beruf des Gerüstbauers bringt hohe Anforderungen mit: Es ist eine körperlich schwere Arbeit, eine gefährliche noch dazu und ein Arbeitsbeginn um 6 Uhr morgens ist keine Seltenheit. Obendrein hat sich der Gerüstbau als angesehenes Handwerk erst spät in Deutschland etabliert: Früher verrichteten diese Arbeit oft angelernte Hilfskräfte, erst 1991 wurde es ein Lehrberuf und seit 1998 gilt der Gerüstbau schließlich als Vollhandwerk. Historisch gesehen hat der Beruf nicht das allerbeste Image.

Okken und Meyer wollen das ändern und beginnen damit in ihrem eigenen Betrieb. Die beiden legen großen Wert auf die gute Ausstattung für ihre Mitarbeiter, für sie ist das ein Zeichen der Wertschätzung. Das reicht von der Wahl hochwertiger Arbeitskleidung und Ausrüstung über Firmen-Lkws mit Automatikgetriebe bis zum klimatisierten Aufenthaltsraum und modernen Duschen für die Mitarbeiter. Im Hof gibt es zudem einen eigenen kleinen Grillplatz. Jährliche Mitarbeitergespräche sind fest etabliert. Noch viel wichtiger ist Okken und Meyer aber das Betriebsklima: „Wir wollen den Mitarbeitern das Gefühl geben, dass das auch ihr Unternehmen ist und sie Teil davon sind.“ Deshalb legen sie großen Wert darauf, die Mitarbeiter in ihrer Meinung ernst zu nehmen und sie bei Entscheidungen einzubinden – wenn es etwa um die Gestaltung des Arbeitsplatzes oder die Anschaffung neuen Arbeitsmaterials geht. Okken und Meyer versuchen auch, Rücksicht auf die private Situation der Mitarbeiter zu nehmen, immer ein offenes Ohr zu haben und auch mal ohne großen Formalismus in privaten Dingen auszuweichen. „Wir werden auch dafür belohnt. Gerade in den letzten Jahren spürt man wirklich diesen Teamspirit, den wir hier haben, dass sich die Leute mit uns identifizieren. Auch ohne dass wir ständig in unserer Freizeit miteinander grillen, hat jeder das Gefühl, sich auf den anderen verlassen zu können“, beschreibt Roland Okken das Betriebsklima bei Ro². „Das klingt jetzt so, als wären wir hier ein Priesterseminar“, wendet Robert Meyer lachend ein, „das stimmt natürlich nicht. Wir sind schon stark wirtschaftlich orientiert. Aber ohne Investition in die Mitarbeiter und einen guten Zusammenhalt im Team gibt es nun mal auch keinen wirtschaftlichen Erfolg.“

Imagebildung durch Facebook

Um die Attraktivität ihres Berufs herauszuarbeiten und dadurch neue Nachwuchskräfte zu gewinnen, nutzt Ro² seit einiger Zeit verstärkt die neuen Medien, respektive Facebook. Im Facebook-Profil des Unternehmens postet Ro² Bilder von der Baustelle und den Mitarbeitern, verlinkt zu Projekten, an denen die Firma beteiligt war, kommentiert aktuelle Ereignisse und schreibt nicht zuletzt neue Stellen aus. „Für die Kundenansprache ist es derzeit vielleicht noch nicht ganz so relevant, aber man kann darüber neue Mitarbeiter ansprechen. Facebook ist jung und hip und alle jungen Leute sind da drin“, beschreibt Robert Meyer die Überlegung, die den Anstoß dazu gab, für die Firma ein Profil im sozialen Netzwerk einzurichten. Facebook eröffnet die Möglichkeit, sich als Firma parallel zu den klassischen Marketinginstrumenten zu profilieren – auf einer anderen Tonspur und durch Bilder, die für sich sprechen: Die jungen Mitarbeiter in 30 Meter Höhe auf dem Gerüst, voll angegurtet vor einer eindrucksvollen Fassade, zeigen die solide Handwerksleistung und die Qualitätsansprüche des Betriebs. Sie stehen für die repräsentativen Aufträge von Ro² und zahlen auf das Image des furchtlosen Gerüstbauers als geheimen Helden der Baustelle ein. „Wir müssen uns überlegen, wie wir eine attraktive Alternative zu anderen Jobs darstellen können. Mit unserem Facebook-Auftritt wollen wir zeigen, dass Gerüstbau



ein aufregender Job sein kann. Wir sind etwas Besonderes auf der Baustelle: Da wo wir hingehen, gehen keine anderen hin“, kommentiert Roland Okken die Möglichkeiten, über den Onlineauftritt am Image des Berufsbildes zu feilen.

Auch Berichte über das lokale soziale Engagement der Firma oder freundliche Grüße zu Feiertagen finden über das Web 2.0. ihren perfekten Kommunikationskanal, ohne dabei sperrig zu wirken. Sie füllen den professionellen Firmenauftritt mit Leben und Sympathie und unterfüttern so die emotionale Dimension der Marke Ro².

Sein digitales Engagement will Ro² in Zukunft noch verstärken. Deshalb hat die Firma vor kurzem einen eigenen Mitarbeiter für die Onlineaktivitäten eingestellt, der in Zukunft das Thema weiter bearbeiten und vorantreiben wird. Eine neue, zeitgemäße Firmenwebsite wurde gerade umgesetzt. Der moderne Auftritt unterstreicht das emotionale Markenbild, indem er auf viele großformatige Bilder von der Baustelle und von den Mitarbeitern setzt. Visuelles Material für den weiteren Ausbau des digitalen Auftritts gibt es genug: Die Ro²-Mitarbeiter auf der Baustelle sind immer mit einer Kamera ausgestattet – primär um zu Gewährleistungszwecken ihre Arbeit zu dokumentieren, aber immer stärker auch vor dem Hintergrund, laufende Projekte im Internet präsentieren zu können. Eine Ro²-App, über die aktuelle Facebook-Posts abgerufen werden können, gibt es ebenfalls. Man denkt aber bereits über eine Weiterentwicklung nach, die den Kundennutzen noch stärker in den Vordergrund stellt. „Wir möchten da einen Schritt voraus sein“, fasst Meyer die Ambitionen der Ro² auf diesem Gebiet zusammen: „Unorthodoxe Wege zu gehen, das ist eigentlich eine Spezialität von uns. Wenn alle da lang laufen, dann sehen wir uns erst mal die andere Richtung an. Unseren eigenen Weg zu gehen, das ist uns wichtig. Man kann sich so zwar auch mal verlaufen, aber wir haben damit bisher meistens Erfolg gehabt.“

Ein konsequentes Qualitätsmanagement, ein Außenauftritt, der sitzt, hohe Wertschätzung der Mitarbeiter und eine moderne Ausrichtung des Marketings – das ist der „andere“ Weg, den Ro² beschreitet. Und der Erfolg gibt ihnen recht, den Berlinern mit den schönen Gerüsten.