

# Die Zukunft wird spannend

## Metten begrüßt 130 Fachhandelspartner bei Vortragsveranstaltung

sb. – Heute schon an morgen denken, mehr am, statt im Unternehmen arbeiten: Die Herausforderungen im Baustoff-Fachhandel sind vielfältig, insbesondere für Inhaber und Führungskräfte. Betonstein-Spezialist Metten hat seine Fachhandelspartner eingeladen, um mit ihnen über die (gemeinsame) Zukunft nachzudenken.

Die Welt wird sich niemals wieder so langsam verändern wie in den vergangenen zehn Jahren. Mit dieser These startet **Prof. Arnold Weissman**, Gründer der gleichnamigen Unternehmensberatung, seinen Vortrag zur „Zukunft des Baustoffhandels“. Die Metten-Akademie hatte ihre Fachhandelspartner zu der Veranstaltung in Köln eingeladen, mehr als 130 Teilnehmer verfolgten Weissmans Vortrag sowie die Ausführungen des promovierten Psychologen **Hans-Georg Häusel**, der über Neuromarketing sprach.

Metten zählt zu den ersten Kunden der Unternehmensberatung Weissman, man kennt und schätzt sich seit 27 Jahren. In einer Welt, die sich ständig verändere, sei es „keine gute Idee“, immer so weiter zu machen wie bisher, meint der Berater. Oberstes Ziel für Familienunternehmen sei die „gesteigerte Überlebensfähigkeit“. Weissman verbindet damit ein starkes, unabhängiges, selbstbestimmtes Auftreten und Handeln. Kunden kaufen nach seiner Einschätzung nie einfach ein Produkt oder eine Dienstleistung, sondern immer nur den Nutzen daraus. Eine der Botschaften des Beraters lautet: „Wer die zentralen

Probleme seiner Kunden erkennt und sichtbar besser löst als andere, ist erfolgreich.“ Eine Botschaft, die Metten in seine Unternehmensphilosophie integriert hat.

### Der Mensch macht den Unterschied

Eine der wesentlichen Herausforderungen für den Handel sieht Weissman – wie sollte es anders sein – in der digitalen Transformation. „Was digitalisiert werden kann, wird digitalisiert werden“, prophezeit er. Die Zukunft heiße Omni-Channel. Der Handel müsse sich auf die komplette Verzahnung aller vorhandenen Vertriebswege einstellen, um den Kunden überall zu erreichen. Das Differenzierungsmerkmal sei – der Mensch (also der Ansprechpartner im stationären Handel). Die Identifikation mit einer Marke erfolgt laut Weissman nicht über die Marke an sich, sondern über die Werte, die hinter der Marke stehen. „Damit diese Werte richtig gelebt werden, braucht es die richtigen Menschen (also die richtigen Mitarbeiter) und eine gute Führungskultur.“ Die wichtigste strategische Entscheidung von Unternehmern sei

„die Besetzung der Führungspositionen mit den richtigen Menschen“. Sonst sei die Strategie zum Scheitern verurteilt.

Gastgeber **Dr. Michael Metten** betonte bei der Veranstaltung in Köln, dass Industrie und Handel „vor einer spannenden Zukunft“ stehen, auch er sieht insbesondere die Digitalisierung als Arbeitsfeld. Mit dem vergangenen Geschäftsjahr war das Unternehmen mit Sitz in Overath bei Köln nach Aussage des Geschäftsführers „mehr als zufrieden“. Der Umsatz konnte trotz des starken Ergebnisses aus dem Vorjahr erneut gesteigert werden. Metten macht dafür vor allem das starke Geschäft mit Privatkunden verantwortlich.

Eine erhöhte Nachfrage gibt es im Bereich „Concept Design“: Die Beton-Manufaktur ermöglicht die Produktion von Fertigteilen exakt nach individuellen Kundenwünschen. „Insbesondere Eingangspodeste erfreuen sich großer Beliebtheit und greifen den Trend zur Individualisierung auf“, sagt Michael Metten. Die Podeste können durch Optionen wie eingelassene Fußmatten oder Beleuchtung der Lebenssituation (beispielsweise Barrierefreiheit) angepasst werden. Für besonders anspruchsvolle Lösungen wie radiale Treppenanlagen bietet Metten einen digitalen Aufmaß-Service an. Der Geschäftsführer: „Insbesondere durch effizientere Abläufe in der Produktion konnten die Preise in einen sehr interessanten Bereich gebracht werden, so dass Sonderanfertigungen in der Regel nur wenig teurer sind als Standardware.“

Die Zusammenarbeit mit seinen Fachhandelspartnern will der Betonstein-Spezialist weiter stärken und ausbauen, im Konditionssystem werden weitere Anpassungen vorgenommen. Besonders gefreut hat sich Metten über den letztjährigen Lieferantepreis der Hagebau, den das Unternehmen in Berlin entgegennahm. Die Auszeichnung zeige, „dass wir manches richtig gemacht haben“.

Zusätzliche Impulse verspricht sich Metten von einer Kooperation mit dem Verlag Gruner + Jahr: Das Unternehmen engagiert sich als Sponsor eines Sonderpreises für Gartenarchitektur, der 2017 von der Publikumszeitschrift „Häuser“ vergeben wird. Man erhofft sich dadurch noch engere Kontakte in die Architekten-Szene. ■



Die Geschäftsführer Hildegard und Michael Metten mit Referent Prof. Arnold Weissman (l.).

FOTO: REDAKTION/SB