

## ■ Ökonomisch betrachtet

# Winterausfall: Welche Anpassungen und Lösungen müssen jetzt her?

„Was tun?“ sprach Zeus „die Götter müssen verrückt sein und schicken uns dieses Wetter!“ Im Übergang aus dem vergangenen Jahr, aber erst recht im aktuellen war der Winter echt hart für die Betriebe im Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau. An der aktuellen Situation ist nichts mehr zu ändern, die wirtschaftlichen Ausfälle müssen hingenommen, bestenfalls ausgeglichen werden. Was aber würde passieren, wenn sich diese Winter im Zuge des verändernden Klimawandels wiederholen? Ist der GaLaBau dafür gut vorbereitet? Im Folgenden einige Szenarien, die Anpassungen und Lösungen aufzeigen. Beim Start in die Saison treten möglicherweise Liquiditätsprobleme auf, die kurzfristig über Lieferantenkredite gelöst werden sollen. Es ist die Frage, ob der Handel oder die Hersteller damit einverstanden sind und zeitlich länger befristete Valuta einräumen werden. Unsere Lieferanten hatten immerhin die gleichen Absatzprobleme in den letzten Monaten. Es ist deshalb keine elegante Lösung in einer Lieferantenpartnerschaft die Zahlung stillschweigend zu schleppen. Besser ist das offene Wort, alle Karten auf den Tisch und gemeinsam das gestreckte Zahlungsziel neu vereinbaren. Bei abschbar anhaltenden Zahlungsschwierigkeiten sind mittel- oder sogar langfristige Bankkredite notwendig um die Wirtschaftlichkeit zu gewährleisten. Mag sein, dass es interessante Zinsangebote gibt, aber die Finanzierungskosten werden sich immer gewinnmindernd auswirken. Wenn Betriebe in der Vergangenheit schon Probleme hatten ein gutes Ergebnis auszuweisen, dann werden sie bei steigenden Kosten gar keinen Gewinn mehr schreiben. In dieser Situation den Preisdruck für das eigene Unternehmen zu verschärfen und jeden Auftrag um jeden Preis anzunehmen ist eine fatale Falle mit nachhaltigen Auswirkungen. Mit schlechten Preisen wird der Verlust größer und die Problemphasen länger. Markt und Wettbewerb wer-



Was würde passieren, wenn sich diese Winter im Zuge des verändernden Klimawandels wiederholen?

Foto: Loujou/pixelio.de

den geschädigt und davon hat keiner etwas.

Für den Gartenbau, der vom Winter ebenso betroffen ist, hat die Landwirtschaftliche Rentenbank ein Liquiditätshilfeprogramm aufgelegt, zu dem Baumschulen und pflanzenproduzierende Betriebe ab sofort Zugang haben. Weitgehend unbekannt ist, dass diese Bank auch für den Garten- und Landschaftsbau mittelfristige Kreditprogramme ab vier Jahren Laufzeit für Umlauf- und Anlagefinanzierungen anbietet. Die Abwicklung mit attraktiven Zinssätzen erfolgt über die Hausbank. Eine solide Refinanzierung für den Wareneinkauf ist bei entsprechender Bonität also möglich. Es darf aber nicht vergessen werden, dass mit Basel III die Kreditvergabe-Richtlinien deutlich verschärft wurden. Nur bei ausreichender Besicherung kommt es zum Vertragsabschluss. Auf den Punkt gebracht: „wer nicht wirtschaftlich arbeitet, bekommt kein Geld von den Banken“. Effektive Unterstützung wird auch von der Bürgschaftsbank Nordrhein-Westfalen angeboten. Bei fehlenden Kreditsicherheiten und weiterem Besicherungsbedarf der Hausbank können Ausfallbürgschaften bis zu 80 Prozent zur Kreditsicherung von Betriebsmittelkrediten beantragt werden.

Frisches Geld hilft, führt aber nicht von allein in die Produktivität. Wenn dieses Geschäftsjahr trotz Winter-

ausfallzeit erfolgreich sein soll, dann müssen in den acht bis neun Monaten, die noch zur Verfügung stehen, alle Betriebsabläufe geplant und strukturiert werden. Dafür müssen der Businessplan und die verbleibende Jahresarbeitszeit aktualisiert werden. Jetzt zeigt sich, wer mit den richtigen Instrumenten navigiert. „Augen zu und durch“ versus „Routenplaner und Navigation“. Nur mit Transparenz lässt sich der Winterausfall definieren und egalisieren. Dabei geht es im Ansatz um Antworten auf die folgenden Fragen. Wie viele produktive Stunden können von April bis Mitte Dezember in diesem Jahr noch geleistet werden? Wie groß ist das vorliegende Auftragsvolumen? Mit welchen Zeitansätzen wurde in diesen Aufträgen kalkuliert? Können diese Zeitvorgaben durch eine deutlich verbesserte Arbeitsvorbereitung optimiert werden? Wenn in den Betrieben diese Antworten geliefert werden, dann kann für die nächsten neun Monate nur dieses Ziel ganz oben stehen: eine deutlich verbesserte Produktivität in jedem Auftrag.

Wer schon jetzt strukturiert arbeitet und die Verantwortung für die Baustellenabwicklung klar geregelt hat, ist im Vorteil. Je einfacher und durchsichtiger die Struktur, desto klarer die Kontrolle. Wo Chaos und Geheimnis regieren, lässt sich nichts kontrollieren. Nur wenn die Zeitansätze in der Kalkulation realistisch

sind, kann die Baustelle über Zeitvorgaben in die geplante Produktivität gesteuert werden. Optimierte Abläufe, perfekte Baustellenorganisation und transparente Produktivität werden im Zusammenspiel der konzentrierten Aktion den Ausgleich für die verlorenen Wintermonate liefern. Nur die bessere Arbeitsqualität ist der Garant für bessere wirtschaftliche Ergebnisse.

Möglicherweise war in den Wintermonaten auch die Marktentwicklung gestört. Unsere Kunden haben auf den Schönwetterimpuls für Gartenlust gewartet oder hatten überhaupt keine Lust sich mit ihrem Garten zu befassen. Daraus entsteht jetzt im Mai natürlich ein Auftragsdruck, der im Verkauf zu einem enormen Arbeitsdruck führt. Auch im öffentlich, gewerblichen Bereich gibt es wahrscheinlich Auftragsüberhänge aus dem alten Jahr, die erst jetzt fertiggestellt werden. Diese Wartezeiten und Verzögerungen müssen mit Kunden und Auftraggebern jetzt kommuniziert werden. Ein offensiver kundenorientierter Dialog ist immer besser als regungsloses Abwarten. Für Privatkunden empfiehlt sich ein Angebot mit einem Zusatznutzen oder Benefit für die Wartezeit bis zur Ausführung. Der Kunde zahlt nur für seinen Nutzen und kauft am liebsten, wenn er sicher ist, die richtige Entscheidung zu treffen.

Wer es jetzt schafft mit guter Qualität in jeder Hinsicht zu überzeugen, der wird diesen Winter schnell vergessen können.



Dipl.-Ing. Lothar Johanning

LJ Marketing

Schenkendorfstraße 155

32427 Minden

johanning@ljmarketing.de