

Mit digitalem Arbeiten begeistern

Wettbewerb SHK Mack steht mit Ideen für die Nachwuchsgewinnung im Halbfinale vom „Pitch im Handwerk“.

Michelbach. Beim „Pitch im Handwerk“ – unterstützt von Würth – werden kreative Ideen und neue Herangehensweisen aus dem Handwerksalltag gesucht, die zum Erfolg im Betrieb beitragen. Elf Unternehmen haben sich für das Halbfinale qualifiziert und präsentieren aktuell ihre Ideen in Form eines kurzen Videos zur Abstimmung auf der Webseite von „Zukunft Handwerk“. Darunter auch die SHK Mack aus Michelbach an der Bilz.

Die Personalfrage stellt eine der zentralen Herausforderungen für das Handwerk dar, die es zu bewältigen gilt. Neue Wege bei der Suche nach Nachwuchs geht der Heizungsbauer Markus Mack mit seinem Betrieb SHK Mack. Er setzt auf Social Media und Digitalisierung, um junge Menschen für handwerkliche Berufe zu begeistern und so das Berufsbild attraktiver zu gestalten.

Attraktiver Beruf

Unter dem Titel „Handwerk rockt digital gegen den Lehrstellenmangel“ präsentiert der Fachmann humorvoll interessierten Auszubildenden, wie modern das Arbeiten im Büro und auf der Baustelle sein kann: Statt aufwendiger und umständlicher Papierdokumentationen setzt sein Betrieb auf die digitale Bauakte, in der alle wichtigen Informationen einfach, schnell und präzise vermerkt werden können. Die Fehlersuche zum Beispiel nach einem Leck in den Rohren gelingt mit digitalen Hilfsmitteln schnell, sicher und sauber. Und dank Tools zur Fernwartung können die Anlagen beim Kunden ganz einfach optimiert, eingestellt und überprüft werden.



Im Bewerbungsvideo setzt Markus Mack auf Humor und Social Media. Screenshot: ina

Noch bis Montag, 17. Februar, läuft die Abstimmung beim „Pitch im Handwerk“. Sechs der elf Halbfinalisten stehen dann beim Finale am 13. März auf dem Kongress „Zukunft Handwerk“ auf der Bühne. Beim Finale vergeben Jury und Publikum je einen Preis in Höhe von 5000 Euro. Zur Jury gehören Dagmar Wöhr, Investorin aus der TV-Show „Höhle der Löwen“, Christian Würth, Bereichsleitung Würth, Jörg Dittrich, Präsident Zentralverband Deutsches Handwerk, Katja Lili Melder, Bundesvorsitzende der Unternehmerfrauen im Handwerk und Franz Xaver Peteranderl, Präsident der Handwerkskammer München. ina



Der Firmensitz von Aluca in Rosengarten-Uttenhofen. Hier sowie an den Vertriebsstationen in Berlin, Braunschweig und Olpe sind beim Leichtbaupionier insgesamt 200 Mitarbeiter beschäftigt. Foto: Aluca GmbH

Mit Leichtigkeit in die Zukunft

Fahrzeugeinrichter 2024 präsentierte Aluca ein neues Führungstrio und eine neue Unternehmensstrategie. Das Leitmotiv „Ease your work“ zahlt sich aus. Von Adina Bauer

Im vergangenen Jahr hat sich Aluca mit einem Führungstrio neu aufgestellt: CEO Frédéric Straß, COO Felix Falk und CFO Susanne Bücher stehen seitdem an der Spitze des Experten für Fahrzeugeinrichtungen aus Rosengarten und setzen wichtige Impulse für die Zukunft. So wurde unter anderem im Mai die „Strategieplanung 2030“ finalisiert, deren Umsetzung bereits an Fahrt aufgenommen hat. Teil davon ist das neue Leitbild „Ease your work“. Ziel ist es, sich als Prozess- und Lösungspartner für mobile Servicetechniker und Handwerker zu positionieren. „Wir haben die Vision und den Anspruch, den Wertschöpfungsprozess unserer Kunden perfekt zu verstehen und ihre Arbeitsprozesse mit innovativen Lösungen zu optimieren“, erklärt Frédéric Straß.

Strategische Ziele

Die Strategie umfasst vier zentrale Eckpunkte: Mit nachhaltigen Lösungen strebt Aluca an, innerhalb seiner Branche Qualitätsführer in Europa zu werden und innovative Produktlösungen anzubieten, die den spezifischen Anforderungen der Zielgruppen gerecht werden. Durch gezielte Digitalisierung und Automatisierung sollen zudem interne Prozesse sowie die Arbeitsabläufe der Kunden weiter verbessert werden. Unter dem Punkt „Talentförderung und Unternehmenskultur“ legt der Fahrzeugeinrichter großen Wert auf die Gewinnung und Weiterentwicklung von Talenten sowie die Förderung einer engagierten Unternehmenskultur. Und schließlich will Aluca aufbauend auf der bisherigen Internationalisierung die Marktpräsenz in Europa ausbauen – daher auch bewusst der englische Claim „Ease your work“.

Um Aluca langfristig als Hid-

den Champion zu etablieren, setzt die Geschäftsführung konsequent auf viele Prinzipien des Lean Managements. Das heißt für Straß und sein Team einerseits, für das eigene Unternehmen entsprechende Prozesse zu erarbeiten, gleichzeitig aber auch „die Arbeitswelt unserer Kunden durch das beste mobile Ordnungssystem zu verbessern – und dadurch auch deren Produktivität und Effizienz, sprich Wertschöpfungskette signifikant zu steigern.“ Für Aluca sind das die Parameter für die mobile Arbeitswelt der Zukunft.

„Wir haben die Vision und den Anspruch, den Wertschöpfungsprozess unserer Kunden perfekt zu verstehen.“

Das vergangene Jahr betrachten die Verantwortlichen beim Fahrzeugeinrichter als Meilenstein: So wurde eine Vielzahl neuer Produkte und Lösungen vorgestellt. „Wir bringen eine enorme Innovationskraft auf die Straße“, beschreibt es Straß. Besonders stolz ist das Unternehmen auf das zum Patent angemeldete Koffersystem „metaConnect“, das in Kombination mit einer vollständig integrierten Kofferlösung Maßstäbe in Effizienz und Flexibilität setzt.

Dieses System ermöglicht eine nahtlose Integration verschiedener Koffersysteme in Fahrzeugeinrichtungen und steht im Einklang mit dem Lean-Ansatz und dem Leitmotiv „Ease your Work“.

Der Erfolg schlägt sich auch in Zahlen nieder – so wurde 2024 zum dritten Mal in Folge ein Wachstum von 20 Prozent erzielt.

„Dieser Erfolg spiegelt die starke Marktposition sowie die Zufriedenheit der Kunden wider. Durch gezielte Investitionen in die Weiterentwicklung der Mitarbeitenden und in innovative Produkte und Technologien wurde die Grundlage für weiteres Wachstum gelegt“, schaut Straß daher optimistisch in die Zukunft.

Wandel in der Branche

Anteil daran hat auch die aktuelle Entwicklung in der Automobilbranche, die die Experten aus Rosengarten als klare Chance verstehen. Die Fähigkeit, leichte und anpassbare Fahrzeugeinrichtungen ausschließlich aus Aluminium zu produzieren, positioniert das Unternehmen hervorragend im Kontext der zunehmenden Elektrifizierung, da leichte Komponenten entscheidend zur Reichweitenoptimierung bei E-Antrieben beitragen. „Gleichzeitig ist zu beachten, dass bei einem Großteil der Umsätze, die lokal erzielt werden, die Reichweite für viele Handwerker und Servicetechniker nicht das

vorrangige Thema ist“, erklärt der CEO. Und er führt aus: „Bei den Hauptzielgruppen – den mobilen Servicetechnikern und Handwerkern – bestehen signifikante Herausforderungen, wie der Produktivitätsdruck durch Fachkräftemangel und steigende Kostenstrukturen. In diesem Kontext ist es entscheidend, eng mit diesen Fachkräften zusammenzuarbeiten, um deren Mehrwertbedürfnisse zu verstehen. Aluca entwickelt Lösungen, die es den Kunden ermöglichen, ihre Arbeit effizienter zu gestalten, Materialkosten zu senken und gleichzeitig ihre Produktivität zu steigern.“

Die Ziele für 2025 sind daher auch klar definiert: Die Organisation soll weiterentwickelt, bestehende Partnerschaften sollen gestärkt und die Expansion in neue Länder soll vorangetrieben werden. Trotz der bestehenden makroökonomischen und geopolitischen Herausforderungen glaubt das Unternehmen an die Stärke seiner Position und die Potenziale des Marktes.

Zum Unternehmen

Strukturen Seit über drei Jahrzehnten steht Aluca aus Rosengarten für Innovationskraft in der Entwicklung, Produktion und Vermarktung von mobilen Ordnungssystemen. Das Unternehmen hat sich insbesondere als Hersteller ultraleichter Fahrzeugeinrichtungen einen Namen gemacht. In den vergangenen fünf Jahren hat Aluca zahlreiche Maßnahmen umgesetzt, um die Grundlagen für nachhaltiges

Wachstum zu schaffen. Der Fokus lag auf der Stabilisierung der Organisation und der Etablierung klarer Strukturen sowie der Stärkung der wirtschaftlichen Basis. Im Rahmen dieser Transformation wurden die Digitalisierung vorangetrieben und neue Vertriebsstrukturen eingeführt.

Wachstum Diese Schritte trugen zur Verdoppelung des Umsatzes bei und festigten die

Position von Aluca als zweitgrößtem Arbeitgeber in Rosengarten. Hier sowie an den Vertriebsstationen in Berlin, Braunschweig und Olpe sind 200 Mitarbeiter beschäftigt. Zur Gruppe gehören auch die beiden Tochterfirmen Aluca Benelux B.V. und Aluca Austria GmbH. Die Firma exportiert in mehr als 20 europäische Länder über ihren direkten Vertrieb sowie über ein breites Partnernetzwerk.

Unterm Strich

Adina Bauer über die Macht von guten Claims



Drei einfache Worte

„Ba da ba ba ba. Ich liebe es.“ Wer diese Töne hört, hat gleich das große goldene M im Kopf. Der Fast-Food-Kette McDonald's ist es damit gelungen, einen Markenclaim zu schaffen, der nicht nur einprägsam ist, sondern die positiven Erfahrungen beim Genuss der Produkte hervorhebt. Ähnlich erfolgreich ist das „Taste the Feeling“ von Coca-Cola, das die Limo mit emotionalen Momenten der Verbraucher verbindet, oder das „Just do it“ von Nike, das Motivation und Handlungsbereitschaft verkörpert – Eigenschaften, die für Sportler unverzichtbar sind.

Claims und Slogans sind mehr als eingängige Phrasen, die Marken schmücken. Sie gelten auch als Herzstück der Kommunikation und wesentlicher Bestandteil der Markenidentität. Gut konzipiert ist ein Claim in der Lage, die Quintessenz einer Marke auf den Punkt zu bringen, ihre Werte und Persönlichkeit in wenigen Worten auszudrücken und eine unmittelbare emotionale Verbindung zum Publikum herzustellen.

Gelungen ist das auch den klugen Köpfen bei Aluca. Das neue Leitmotiv, das sich der Fahrzeugeinrichter aus Rosengarten auf die Fahne geschrieben hat, „Ease your work“ vereint treffend die Produkteigenschaften der Aluca-Innovationen und die Zielsetzung der neuen Unternehmensstrategie: Die Erfolge des Leichtbaupioniers sind immerhin eng verknüpft mit dem Metall Aluminium, das dank seiner Stärke trotz des geringen Gewichts überzeugt. Zudem setzt das Unternehmen darauf, sowohl im eigenen Haus als auch für die Kunden die tägliche Arbeit zu vereinfachen. Damit vermittelt der Claim also in drei einfachen Worten, wofür die Marke steht und was der Kunde von ihr erwarten kann.

Studium und Beruf

Künzelsau. Auch ohne Abitur berufs begleitend studieren: In Kooperation mit der Hamburger Fern-Hochschule bietet die Akademie Würth Business School einen berufs begleitenden Studiengang zum Bachelor of Arts in Betriebswirtschaft an. Das Studium dauert dreieinhalb Jahre und vermittelt grundlegende Betriebswirtschaftskenntnisse mit unterschiedlichen Schwerpunkten. Mehr zu den Inhalten des Studiums liefert ein Informationstermin am Donnerstag, 20. Februar, ab 17:30 Uhr in der Akademie Würth. Anmeldung unter andrea.schneider@wuerth.com

SO GESAGT

„Wir bei Aluca bringen eine enorme Innovationskraft auf die Straße.“



Frédéric Straß, CEO des Fahrzeugeinrichters, freut sich darüber, dass im vergangenen Jahr eine Vielzahl neuer Produkte vorgestellt wurde.

Berufliche Entwicklungsmöglichkeiten für Frauen

Schwäbisch Hall. Die Kontaktstelle Frau und Beruf Heilbronn-Franken unterstützt Frauen auf ihrem Weg zu mehr Erfolg: Wer sich beruflich verändern möchte, ist beim Workshop „Vom Bauchgefühl zum kraftvollen Handeln“ am morgigen Freitag ab 9 Uhr in der Agentur für Arbeit in Schwäbisch Hall richtig. Gelegenheit zum Netzwerken bietet das Weltcafé am Dienstag, 18. Februar, bei der Haller Awo und Hilfe bei den Bewerbungsunterlagen geben Online-Beratungen am Donnerstag, 27. Februar. Weitere Informationen zur Anmeldung auf der Webseite der Kontaktstelle.



Expertinnen der Kontaktstelle Frau und Beruf unterstützen Arbeitnehmerinnen dabei, in der Geschäftswelt sichtbarer zu sein. Foto: Archiv

Sozialplan für Würth Elektronik

Schopheim/Rot am See. Im Oktober 2024 informierte die Würth Elektronik Circuit Board Technology über die geplante Schließung der Leiterplattenproduktion am Standort Schopheim. Nun haben sich Geschäftsführung und Betriebsrat auf eine Betriebsvereinbarung über Interessensausgleich und Sozialplan geeinigt. Ausschlaggebend für die Schließung der Leiterplattenproduktion am Standort Schopheim ist die aktuelle schwerste Krise in der Geschichte der Leiterplattenindustrie in Europa. Nach Bekanntwerden haben sich zahlreiche Unternehmen aus der Region mit

Stellenangeboten gemeldet. Würth Elektronik nutzte die Kontaktaufnahme für eine interne Jobbörse. Bisher wurden nahezu alle Auszubildenden sowie etwa 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erfolgreich vermittelt. Die bisher in Schopheim gefertigten Produkte werden künftig an anderen Würth Elektronik Standorten in Deutschland hergestellt. Die Produktionsstandorte in Niedernhall und Rot am See werden sich auf Branchen und Anwendungen fokussieren, deren komplexere und individuelle Leiterplatten in Europa gefertigt werden.