

**Warum mangelt es an Mut?**

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

wieder einmal geht ein schwieriges Jahr zu Ende. Auch für unser Handwerk verlief dieses Jahr nicht problemlos. Jeder hatte sich wohl etwas mehr versprochen: Die Betriebe, die Bundesregierung und ebenso die Verbraucher. Der Konjunkturmotor sollte anspringen, der Konsum wachsen und die Arbeitslosenzahl sinken. Viel war die Rede von „mehr Optimismus zeigen“, von einer positiveren Sicht der Dinge. Und es wird und wurde viel von „mutiger sein“ geredet.

**Aber wo bleibt der Mut? Warum mangelt es an Mut?**

Ich denke, Mut hat sehr viel mit emotionaler Einstellung zu tun. Ebenso mit einer gehörigen Portion Glauben. Und natürlich hat Mut etwas mit Visionen zu tun. Gut ist es, wenn Mut und Visionen durch Fakten und reale Möglichkeiten, also durch „Treibstoff“, bis zu einem gewissen Grad abgesichert werden können. Es erfordert Mut über den eigenen Tellerrand blicken zu wollen, Fakten zur Kenntnis zu nehmen, sie zu interpretieren und sich ergebende Chancen beherrscht umzusetzen. Letztendlich werden wir uns nicht weiterbewegen, wenn wir nicht den Mut zum Risiko in die unternehmerische Waagschale werfen. Dies gilt ganz besonders in der heutigen Zeit. Sicher sind die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen verbesserungsfähig. Sicher ist aber auch, dass Verbraucher konsumieren. Gesichert ist ebenso die Erkenntnis, dass Verbraucherverhalten nicht statisch ist, sondern Veränderungen unterliegt. Der Trend „zurück in die Geborgenheit der eigenen vier Wände“ dokumentiert es. Während der klassische Bausektor rückläufig ist, boomt der Aus- und Umbaumarkt inklusive der Garten- oder Landschaftsgestaltung. Das Thema Naturstein gehört dazu - innen wie außen. Hier werden höherwertige und höherpreisige Investitionen getätigt.

**Nehmen wir - die Steinmetzbetriebe - diesen Trendwechsel wahr? Profitieren wir von diesem Marktpotenzial?**

Wenn wir nicht genügend davon profitieren drängt sich die Frage auf, warum nicht. Ist die Marktpositionierung unserer Betriebe vielleicht zu wenig darauf ausgerichtet neue Bedürfnisse erkennen zu können, um sie mit einer entsprechenden Leistungs- und Produktpalette abzudecken? Ich bin davon überzeugt, dass wir uns als selbstständige Unternehmer viel intensiver mit diesen Fragen auseinandersetzen müssen. Und das die Antworten darauf nicht nur aus Fakten und Zahlen bestehen und nicht nur von ihnen bestimmt werden, sondern das zur wirtschaftlichen Umsetzung von Potenzialen unser unternehmerischer Mut gefordert ist. Von jedem Einzelnen.

Natürlich sieht sich der BIV in der Pflicht, reale Marktchancen auszuloten. Bis zu einem gewissen Grad auch in der Förderung von Marketingmaßnahmen und flankierender Öffentlichkeitsarbeit. Sicher können wir auch - in einem gemeinsamen Kraftakt - einen gut gefüllten Werbetopf auf die Beine stellen. Aber ganz entscheidend dabei ist das „Tun“, der Mut des einzelnen Betriebsinhabers zur Umsetzung im Markt. Wir wissen ja, dass es nach wie vor viele Betriebe in unserem Handwerk gibt, die äußerst erfolgreich sind und dabei auch Geld verdienen. Dies wird ebenfalls untermauert durch die Ergebnisse unserer Konjunkturmfrage aus dem Herbst: Zwei Drittel der Betriebsinhaber geben an, dass die Geschäfte gut bis befriedigend laufen.

Der BIV sieht auch im kommenden Jahr eine wesentliche Aufgabe darin, Mut und Visionen von Ihnen mit "Treibstoff" zu unterstützen.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen für das neue Jahr, dass Sie Ihren Tank mit viel gutem Treibstoff füllen können.

Ich wünsche Ihnen ein frohes und gesegnetes Weihnachtsfest mit der nötigen Muße, um sich von den Strapazen der vergangenen Monate zu erholen.

Ihr Martin Schwieren  
Bundesinnungsmeister