

# Jeder Mitarbeiter ein Botschafter

**RENSCH HAUS** will im Markt mit Strategie agieren und nicht nur reagieren

Von Volker Nies

Die Welt ändert sich mit hoher Geschwindigkeit und wird komplexer. Um sich in einem Markt weiter zu entwickeln, in der quantitativen Wachstum immer schwieriger wird, hat Rensch-Haus mit Hilfe einer Beratungsfirma einen Strategieprozess eingeleitet.

„Wir haben uns bisher stets das Ziel gesetzt, unsere Qualität zu verbessern und stets mehr Häuser zu verkaufen. Die Frage, wo wir uns eigentlich hin entwickeln wollen, haben wir uns bisher nie gestellt“, sagt Unternehmer Martin Rensch (49). Die Entwicklung des Marktes war ein äußeres Anstoß für den Veränderungsprozess: Seit 1999 ist die Zahl der Neubauten in Deutschland um 63 Prozent zurückgegangen.

Mit dem Beratungsunternehmen Tempus, zu dem der Kontakt über einen Kongress christlicher Führungskräfte entstand, hat Rensch einen Veränderungsprozess eingeleitet. Ziel ist, dass wir nicht nur auf den Markt reagieren, sondern dass wir mit klaren Zielen agieren“, sagt Rensch.

Dabei sei das Produkt, das die Mitarbeiter in Uttrichshausen herstellten, qualitativ sehr gut. „Wenn wir uns auf dem Markt besser aufstellen wollen, müssen wir nicht unser Produkt ändern. Veränderungen müssen wir die Strategie“, erklärt der Unternehmer.

Seit knapp einem Jahr wird Rensch-Haus kontinuierlich von Tempus-Beratern unterstützt. Tempus ist ein Consultingunternehmen, das Wert darauf legt, dass die Berater nicht nur betrieblernen gute Ratschläge geben, sondern sie selbst als Unternehmer handeln. „70 Prozent unserer Zeit beraten wir, 30 Prozent unterstützen wir unser eigenes Unternehmen“, sagt Tempus-Geschäftsführer Professor Jörg Knobloch. Tempus ist nach seinen Angaben für zahlreiche große, mittlere und kleine Unternehmen tätig. Der Veränderungsprozess bezieht sich auf die Führung, die Mitarbeiter, den Umgang mit Kunden und die Arbeitsprozesse.

Rensch hat ein Unternehmensleitbild entwickelt und



Rensch-Mitarbeiter sollen nicht nur gute Häuser bauen, sondern auch die Botschaft des Unternehmens verbreiten.

sich konkrete Ziele gesetzt. „Wir wollen Kompetenzfähiger Häuser sein; wir wollen unsere Kunden durch hervorragenden Service begeistern; wir wollen ein hohe Quote von Weiterempfehlungen erreichen“, sagt Rensch. Zudem wolle das Unternehmen einen Beitrag dazu leisten, dass die Umwelt geschützt und die Schöpfung bewahrt wird. „Die Mitarbeiter werden in den Entwicklungsprozess intensiv eingebunden“, berichtet Rensch.

Gemeinsam wurden Werte für das Unternehmen und den einzelnen Mitarbeiter entwickelt, die jeder Mitarbeiter

ter auf einer schreckenskartengroßen Karte erhalten hat. Über dem Titel „Jeder von uns ist Rensch-Botschafter“.

Als nächster Schritt ist eine Prozessanalyse geplant. Bisher sind die Bereiche Beschaffung, Produktion, Verwaltung und Vertrieb klar voneinander getrennt. „Wir überlegen, wie wir diese Bereiche so eng miteinander verzahnen können, dass die Trennung überwunden wird“, sagt Rensch.

Das Schwierigste am Veränderungsprozess sei, sich selbst einzugeschauen, dass man die Veränderung brauche. Das gelte für die Mitarbeiter genauso wie für die Chefs.

## UNTERNEHMENSWERTE

Das Unternehmen hat für sich und seine Mitarbeiter jeweils sechs Werte definiert.

**Unternehmenswerte**  
1. Wir gehen sorgfältig mit Rohstoffen und anderen Ressourcen um.

2. Wir gehen mit unseren Geschäftspartnern fair und partnerschaftlich um.

3. Engagierte und gut ausgebildete Mitarbeiter sind unser wichtigstes Kapital.

4. Wir sind offen für Ideen, Veränderungen und Innovationen.

5. Wir handeln verantwortungsbewusst (...).

6. Wir sind von der Qualität unserer Leistungen überzeugt und streben nach kontinuierlicher Verbesserung.

7. Wir gehen mit unseren Geschäftspartnern fair und partnerschaftlich um.

8. Engagierte und gut ausgebildete Mitarbeiter sind unser wichtigstes Kapital.

wertschätzen Sie diese.

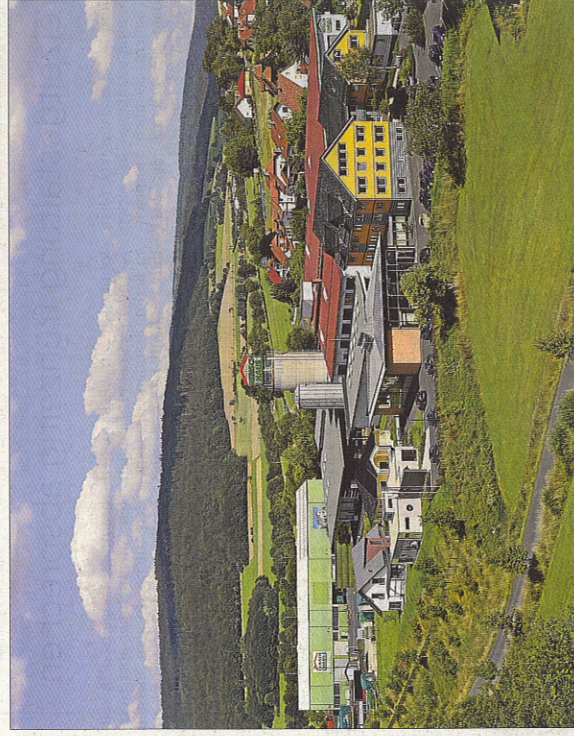
2. Seien Sie ehrlich und offen zu Ihren Kollegen.

3. Loben und kritisieren Sie konstruktiv. Nehmen Sie Lob und Kritik von anderen an.

4. Reden Sie miteinander, nicht übereinander.

5. Begründen Sie Ihre Entscheidungen.

6. Seien Sie hilfsbereit.



Seit 1876 ist Rensch eine feste Größe in Uttrichshausen. 180 Mitarbeiter werden in diesem Jahr 242 Häuser bauen und einen Umsatz von 49 Millionen Euro erwirtschaften.



Starkes Team: Unternehmer Martin Rensch (Mitte) mit Berater Michael Rathgeb (links) und Tempus-Geschäftsführer Professor Jörg Knobloch.

Foto: Volker Nies