

REFA mit neuer Marketing-Linie

Interview mit Prof. Dr. Oliver Störmer, Vorstand des REFA-Bundesverbandes

Bei REFA bewegt sich was. – Diesen Eindruck gewinnen Mitglieder, Interessenten und Kunden, die in den letzten Monaten die Präsentation des REFA-Leistungsangebotes am Markt beobachten: Neue Seminar- und Ausbildungsbroschüren, ein völlig überarbeiteter Internetauftritt, ein neuer Zeitschriftentitel und vieles andere mehr. Die beiliegenden Verbandsnachrichten geben auf den ersten Seiten hierzu einen umfassenden Überblick. Warum das Ganze? Wo soll's denn hingehen? Darüber sprach die Redaktion mit dem Vorstand des REFA-Bundesverbandes Prof. Dr. Oliver Störmer.

? Herr Professor Störmer, wie beurteilen Sie die aktuelle Lage der Traditionsmarke REFA?

| REFA hat sich in unserer Wirtschaft zu einer hoch anerkannten Marke entwickelt. Die Methodenkompetenz wurde im Laufe der Jahre zunehmend umfassender: erst Arbeitsgestaltung, dann Betriebsorganisation, schließlich Unternehmensentwicklung. Der Name REFA öffnet einfach Türen. In Industrie, Verwaltung und Dienstleistung haben wir schon viele Referenzen. Wir sind und bleiben der starke Partner für Weiterbildung und Beratung.

Besonders erfreulich ist, dass wir uns mittlerweile auch europaweit einen Namen gemacht haben. Ich bin froh, meine persönliche Arbeit auf eine erfolgreiche REFA-Geschichte von über 80 Jahren stützen zu können.

? Als Vorstand des REFA-Verbandes verfolgen Sie sicher eine Vision?

| Ohne eine klare Vision ist eine solche Aufgabe schlicht nicht zu bewältigen: REFA will in Deutschland die Weiterbildungs- und Beratungsinstitution aus einem Guss sein.

Da ich selbst aus dem Bereich Consulting komme, bin ich fest davon überzeugt, dass Weiterbildung sowie Coaching bzw. Beratung in Zukunft wie „eineiige Zwillinge“ zusammen gehören. Unsere Kunden erwarten Wissen und Wissensvermittlung vor Ort aus einer Hand. Ich denke, die Zeiten sind definitiv vorbei, in denen Berater ein Konzept ablieferten, den Kunden aber mit der Umsetzung alleine ließen. Mehr und mehr sind nachhaltige Lösungen betriebsspezifischer Problemstellungen gefragt, die nur mit einem ganzheitlichen Ansatz aus Analyse, Beratung, Training und Coaching zu leisten sind. Dieses

ganzheitliche Leistungsangebot erfordert ein Kompetenznetzwerk, in dem Profis sich abgestimmt ergänzen.

? Was sind die größten Herausforderungen?

| Die Weiterentwicklung der Produktpalette gehört sicher zu den größten Herausforderungen. Hier sind wir jedoch auf einem guten Weg. Sehr stolz sind wir auf unsere neuen Produkte wie z.B. Kompaktseminare zu topaktuellen Themen, das Angebot im Controlling und die abgerundete Palette Unternehmensplanspiele. Der Markt hat übrigens bereits sehr positiv reagiert: Im Seminarbereich konnten wir für das Jahr 2007 eine Umsatzsteigerung von 20 Prozent verzeichnen. Hier nicht nachzulassen, ist sicher die ganz große Herausforderung der nächsten Jahre.

Ferner sind die Nachfolgefragen innerhalb des REFA-Teams zu lösen. Rund ein Drittel der REFA-Mitarbeiter ist in den letzten zwei Jahren in den Ruhestand getreten oder steht unmittelbar vor der Pensionierung. Hier eine junge und ebenso motivierte Mannschaft „aufzustellen“, ist eine hoch spannende Aufgabe.



? Der neue REFA-Marketingauftritt wirkt recht überzeugend. Können Sie uns hier einige Hintergrundinformationen geben?

| Wir haben mit unserem Partner für Marketing, Dr. Klaus Hoose, die neue REFA-Linie2010 auf den Weg gebracht. Herr Dr. Hoose, ein langjähriger Experte im „handfesten“ Dienstleistungsmarketing, hat verschiedene Führungsfunktionen in schweizer Großunternehmen wahrgenommen.

Herr Dr. Hoose hat es verstanden, gemeinsam mit unserem Marketingteam und den Produktmanagern innerhalb kürzester Zeit die verschiedensten Baustellen anzugehen: optimierter Internetauftritt, neue Seminar- und Ausbildungsbroschüren, durchgängiges Corporate Identity für den gesamten Marktauftritt. Hierzu gehört auch der neue Claim „REFA – Das Know-how.“. Die Linie ist mittlerweile derart

konsequent umgesetzt, dass wir uns nun mit dem Marktauftritt von Wettbewerbern deutlich abheben. Ich kann nur jedem empfehlen, uns mal im Internet zu besuchen oder die neuen Publikationen und Werbemittel in die Hand zu nehmen.

Ganz besonders froh bin ich über die Tatsache, dass die Landesverbände sich der neuen REFA-Linie 2010 angeschlossen haben. Die gemeinsam ausgerichtete Marktbearbeitung mit einem Auftritt (heißt ja auch: mit einem Wiedererkennungswert) hat ohne Zweifel bereits dazu beigetragen, dass unsere Marke im Aufwind ist.

Jetzt geht es darum, auf dieser soliden Grundlage all die neu entwickelten Mittel auch wirklich für eine gezielte und nachhaltige Marktbearbeitung einzusetzen. Damit haben wir begonnen. Und ich werde mich persönlich dafür einsetzen, dass wir alle sich abzeichnenden Chancen nutzen.

? *Wie sind Sie auf den Spruch „REFA – Das Know-how.“ gekommen und was wollen Sie damit bezwecken?*

! Die Idee stammt von Herrn Dr. Hoose. Nachdem diese auf dem Tisch lag, haben wir sehr rasch erkannt: Das ist der REFA-Claim! Mit drei Worten wird gegenüber Kunden unsere Marktpositionierung auf den Punkt gebracht. Die Botschaft: Ein Partner mit einem einzigartigen Know-how-Netzwerk steht für Weiterbildung und Beratung zur Seite. Dieser Claim wird nun mit aller Konsequenz in den nächsten Jahren „durchgezogen“.

? *Das Bild der Buntstifte ist schon in kurzer Zeit zu einem Erkennungssymbol für REFA geworden. Was soll mit diesen Stiften eigentlich vermittelt werden?*

! Die Buntstifte stehen für unser Angebot: Bunt bzw. vielfältig gefächert, aber aus einem Guss und zielgerichtet. Man kann unser breit gefächertes Know-how in allen REFA-Publikationen erkennen. Die Vielfalt zeigt sich in den angebotenen Themen. Beispielsweise gehören hierzu die Arbeitsgestaltung, die Prozessorganisation, die Logistik, das Controlling, aber auch juristische Themen, um nur einige stellvertretend zu nennen. Unsere Kunden sind von der Vielfalt, aber auch von dem Tiefgang unseres Seminarrepertoires überrascht und angetan zugleich.

? *Welche Geschäftsfelder sollen künftig erschlossen werden?*

! Das Coaching und die Beratung werden für REFA die ergänzenden Geschäftsfelder der Zukunft sein. Da besteht kein Zweifel. Ich habe ja bereits unsere Vision deutlich gemacht. Die neu gegründete REFA Bundesverband GmbH ist schon mit Erfolg im Markt aktiv. Im ersten Geschäftsjahr haben wir uns besonders in der Beratung der öffentlichen Hand einen Namen gemacht. Aber auch für zahlreiche Kunden aus der Privatwirtschaft bzw. Industrie haben wir schon einige Aufträge wahrnehmen können.

? *Welche internationale Ausrichtung ist für den Verband in den nächsten Jahren geplant?*

! Zunächst wollen wir unsere rund 30 internationalen Partner weiter stärken und diese im Bereich Marketing unterstützen. REFA strebt auch international einen einheitlichen Marktauftritt an.

Der schweizer Markt ruft – REFA geht hin!



Ein weiterer Meilenstein im Rahmen der Neuausrichtung von REFA: Im April nimmt die soeben gegründete REFA Suisse GmbH ihren Betrieb auf. Das hundertprozentige Tochterunternehmen der REFA Bundesverband GmbH baut auf der REFA-Kernkompetenz auf und startet mit einem ausgewählten Bildungs- und Beratungsangebot.

Es fehlt in der Schweiz zwar nicht an Weiterbildungsanbietern, gezielte Marktanalysen belegen jedoch, dass sich gerade auf den traditionsreichen REFA-Fachgebieten noch wahre Marktlücken ausschöpfen lassen. Zudem genießen Lehrkräfte aus Deutschland in unserem Nachbarland einen außerordentlich guten Ruf. Der Name REFA ist dort, allein schon wegen der vielen angesiedelten Tochtergesellschaften deutscher Großunternehmen, nicht unbekannt.

Bei dem Einstieg in den schweizer Markt legen wir den Schwerpunkt zunächst auf das Angebot von 25 international bewährten REFA-Seminaren sowie die Vermarktung der klassischen REFA-Beratungsleistungen. Über 15000 Industrie- bzw. Dienstleistungsunternehmen werden zum Auftakt mit einem speziell für die Schweiz erstellten Weiterbildungsprogramm angesprochen. Die Durchführung der REFA-Seminare erfolgt bis auf weiteres im Raum Olten – ein vertrauter und ebenso verkehrsgünstig gelegener Seminarort: für unsere deutschsprachigen Kunden aus den großen Wirtschafts- und Verwaltungszentren Zürich, Basel und Bern in rund einer halben Stunde erreichbar.

Ein Meilenstein wird das Projekt REFA Suisse GmbH sein. Unter diesem Namen lancieren wir nämlich ab Mitte 2008 auf dem schweizer Markt die international beliebtesten REFA-Seminare. Bereits im April erfolgt auf der größten schweizer Weiterbildungsmesse in Zürich ein erster Schritt.

? *Was wünschen Sie sich bis 2010 in besonderem Maße?*

! Ein großer Teil meiner Wünsche hat sich bereits in den vergangenen drei Jahren erfüllt. REFA verfügt über ein zeitgerechtes und zukunftsweisendes Image, marktgerechte Produkte und ein hochleistungsfähiges Team. Die gemeinsame Arbeit mit den Landesverbänden blüht in ganz Deutschland, und der Verband hat ein grundsolides finanzielles Gerüst. Also müsste man mit weiteren Wünschen eigentlich zurückhaltend sein. Nur, wir dürfen nicht stehen bleiben und uns ausruhen. Wir werden weiter um jeden Prozentpunkt Marktanteil im Weiterbildungs- und Beratungsmarkt „kämpfen“ und die Marke REFA weiter nachhaltig pflegen. Die Basis steht, und mit dem REFA-Team will ich die anvisierten Ziele erreichen.

Herr Professor Störmer, danke für das Gespräch. Für Ihre Vorhaben wünschen wir Ihnen viel Erfolg. ■