

A.II.5 Ein Fall für zwei

Die "inneren Werte" der Software mit Blick auf die Risikobewertung seitens der Versicherungswirtschaft. Professionelle Fachkonzepte als Marketingfaktor für die Errichterfirma.

Freunde gewinnt man

Das Wichtigste zuerst: Jeder Errichter braucht seine Freunde in der Versicherungswirtschaft. Die Freundschaft ist gekennzeichnet durch äußerste Zuverlässigkeit und Entlastung für die "Außendienstler" der Versicherungen. Streßgeplagt, wie sie nun einmal ihre Bestände aufbauen müssen, wollen sie hinter jeden Risikofaktor schnell ihr Häkchen setzen und die Verträge getrost nach Hause tragen. Schnell ist ihnen jeder Schlenker zuviel und VdS-Regelwerke sind für sie irgendwo auch häßlich. Rund und glatt muß es schmecken, wie ein Bonbon. Doch der Alltag, welch' ein Graus, mit einem Stapel wolkiger Anlagenbeschreibungen zum Schutz des Versicherungsobjektes. Ein Wirrwarr von Regelwerken wie dies beispielhaft unter Kapitel A.II.1 bereits dargelegt wurde.

Taten sprechen lauter

Alles dies liest er voller Ehrfurcht nur das, was er braucht, Informationen über Art und Umfang samt Interventionen zu Einbruch- und Brandmeldeanlagen, er findet sie nicht oder nur selten und dann in wolkige Texte gepackt, die kaum eine Qualitätsbeurteilung zulassen. Wie schnell ist doch eine Norm abgespeckt und das Angebot verlockend schön. Meist nach Bauausführung kommt der freundliche Außendienstler dann noch mal gucken und findet nicht selten ein "sicherungstechnisches Kuckucksei" vor. Schluß mit diesem Unfug.

Groß sein tut's nicht allein

Für die Versicherungswirtschaft müssen klare Fakten auf den Tisch, und zwar vor Auftragserteilung der Anlage, ob nun nach VdS-Richtlinien oder nicht. QM gilt schließlich für alle, also auch das Thema "Vertragsprüfung" beim Schadenversicherer.

Der kluge Errichter sieht gleich: Mehr Erfolg durch effiziente Entlastung. Die Häkchen müssen her und übersichtliche, klare Projektierungskonzepte und natürlich die Dokumentation, am besten als Vor-Attest. Was eigentlich hindert denn den Errichter daran, sich Freunde zu schaffen?

**Planung als
Marketingfaktor**

Das Szenario der Errichterwelt ist nicht eben einfach, wie die Eingangskapitel dieses Buches bereits darlegten. Leistungsfähigste Werbeagenturen werden in diesen mageren Jahren bemüht und es drängt sich hier und da der Eindruck auf: Je weniger technische Regeln erfüllt sind, desto stärker wird das "sichere Gefühl" angesprochen, auf Hochglanzpapier, wirklich hübsch anzusehen. Soweit so schön, gäbe es da nicht die schmerzliche Erkenntnis der Reizüberflutung auch beim potentiellen Kunden im Sicherheitswesen. Noch nicht einmal 3 Sekunden, so sagen die Konsumforscher, beachtet er dieses "Kunstwerk", wenn überhaupt. Ja eigentlich möchte er sein "sicheres Gefühl" ohne meldetechnische Maßnahmen leben, wäre da nicht die häßliche Störung, die Kishon treffend so umschrieb: "Die beste Anlage ist die, die nach dem Schadensfall eingebaut wird." Mit immensem Aufwand versuchen immer neue Firmen dieser schlichten Wahrheit um "Menschliches, Allzumenschliches" zu trotzen. Na bitte doch. Häufig genug zählt schlichtweg ein tägliches Höchstmaß an Professionalität von Anfang an, d.h. wirksame Vernetzung mit Fakten und Daten für die anerkannten Beteiligten in Sachen Sicherheit. Ob der aufmerksame Kunde wohl vorher merkt, wo vielfältig mehr oder weniger aufgesetzte operative Aktivitäten hohl klappern?

**Gebt uns die
Werkzeuge**

Auf der anderen Seite stelle man sich vor, wie der weitblickende Errichter "seine Planer (Versicherer)" mit seinem "EMA-(BMA)-Project" unterstützt bei der Fachkonzepterstellung. Datenträgeraustausch heißt das und der Planer mit seiner EMA-(BMA)-Project-Version kann nahtlos seinen Planer-Wertschöpfungsprozeß effektiv gestalten. Der Errichter geht noch einen Schritt weiter und sagt sich: "Das Hinzufügen neuer Services durch Bereitstellung innovativer Planungs-Software ist eine gute Basis für die Generierung künftiger Geschäftsprozesse." Eine Lösung mit vielen inneren Werten, die für reichlich Entlastung sorgt.