

„Über den Tellerrand hinausschauen“

Unternehmen müssen „topfit“ sein

Höxter/Beverungen (lens). Das Ziel aller Unternehmen ist es, „topfit zu sein. Den Mitgliedern der Werbegemeinschaft Höxter und - ein Tag später - Beverungen gab der Diplom-Kaufmann Carl-Dietrich Sander dazu Hinweise und Anregungen. Gleich eingangs der Informationsveranstaltung, zu der in beiden Weserstädten die Volksbank Höxter-Beverungen eingeladen hatte, warnte der Referent aber: „Das Topfit bleiben ist schwieriger als das sein.“

Die Begründung lieferte der „Unternehmensberater“ gleich hinterher. In der ersten Phase des Unternehmens sei die Motivation sehr hoch. Zielstrebig werde der Aufstieg gepackt. Dann aber setze die Beruhigungsphase ein. Man halte ohne große Anstrengungen das Niveau. In diesem Zyklus des Unternehmens werde oft vergessen, dass man erneut innovativ werden müsse, um erfolgreich zu bleiben.

Das passiere, obwohl der Unternehmer im Handel, Handwerk und Gewerbe „tausend gute Ideen im Kopf“ habe. Hier sei oft der Satz zu hören: „Ich habe keine Zeit“. Der Unternehmer ver falle in eine „Strategielücke“, der sehr bald die „Ertragslücke“ folgen könne bis hin zu krisenhaften Erscheinungen hinsichtlich der Liquidität.

Als rechtzeitiges Gegenmittel empfahl der gelernte Brakeler die Entwicklung einer Strategie, die von der Suche der wichtigsten Kundengruppe, passend zum Unternehmensprofil, ausgeht. Da 20 Prozent der Kunden eines Unternehmens sogar Verluste verursachen, sei es manchmal ratsam, so Sander, „sich von bestimmten Kunden gezielt und bewusst zu trennen“.

Bei der Kundenanalyse solle man dringend auch die Mitarbeiter einbeziehen. Das wirke motivierend, wecke neue Ideen und fördere die Identifikation der Beschäftigten mit dem Unternehmen. Auf der einen Seite müsse der Chef das Arbeiterteam mehr in die Verantwortung nehmen, Lösungen fordern, auf der anderen Seite aber auch informieren: über die Geschäftsziele, die wichtigsten Kundengruppen, die Umsatzentwicklung und die Erwartungen an die Mitarbeiter.

Sander ermunterte die Geschäftsleute in Höxter und Beverungen zum „Denken über den Tellerrand ihres Geschäftes hinaus“.

Mehr denn je komme es darauf an, mit Anderen kooperativ zu handeln im Sinne von Lösungen für den Kunden.

(Quelle: Neue Westfälische, 12.04.2000)