

INTERVIEW ZUM BUCH:

Den Unternehmenserfolg steigern:

"Isolierte Maßnahmen verursachen Jo-Jo-Effekte"

Wer seinen Unternehmenserfolg nachhaltig steigern will, muss mehr im Repertoire haben als stumpf Kosten zu senken und Umsatzziele zu erhöhen.

Ein Gespräch mit Gerhard Gieschen,

Mittelstandsberater aus Kirchentellinsfurt / Tübingen

Redaktion: *Sie reklamieren, dass die meisten mittelständischen Unternehmen versteckte Ressourcen nur unzureichend nutzen. Wie kommen Sie darauf?*

Gerhard Gieschen: Unternehmer im Mittelstand agieren oft eindimensional: Die häufigsten Maßnahmen, um den Unternehmenserfolg vermeintlich zu forcieren, sind eine Reduktion von Kosten oder die Steigerung des Umsatzes. Doch solche isolierten Maßnahmen sind kurzsichtig, denn sie führen wie jede Diät zu einem Jo-Jo-Effekt: Der Gewinn zieht zwar kurzfristig an doch bricht er dann wieder ein und der materielle Erfolg geht flöten.

Redaktion: *Welchen Weg sollten Mittelständler also gehen, um ihr Unternehmen langfristig auf die Erfolgsspur zu setzen?*

Gieschen: Die Parameter unternehmerischen Erfolgs bilden ein Quadrat: Dessen Eckpunkte sind die Stellschrauben, an denen man drehen kann, um den Unternehmenserfolg zu beeinflussen: Visionen zu realisieren, Erträge zu steigern, Kosten zu reduzieren und Risiken zu minimieren. Keiner dieser Faktoren kann alleine einen nachhaltigen Erfolg garantieren, denn jede Entscheidung wirkt automatisch auf die drei anderen Größen. Wer jedoch alle

vier Parameter konsequent verfolgt, darf mit einem anhaltenden Gewinnanstieg rechnen. Denn Unternehmensführung ist letztlich wie ein gutes Essen: Die Zutaten sind hinreichend bekannt, doch erst die richtige Dosierung und Abstimmung macht die hohe Kochkunst aus.

Redaktion: *Sie nennen Visionen an erster Stelle, doch allzu oft wirken hochgesteckte Ziele wie weltfremde Traumtänzeri. Warum braucht ein Unternehmen Visionen?*

Gieschen: Visionen fokussieren wie ein Brennglas die geballten Kräfte eines Unternehmens auf das gemeinsame Ziel. So bekommt die Arbeit jedes Einzelnen einen Sinn. Wer seine persönliche Bedeutung bei der Realisierung dieser Vision wahrnimmt, wird vom Angestellten zum Mitarbeiter, vom Gehaltsempfänger zum Teamspieler. Der Blick auf das große Ganze gibt die Richtung vor, deshalb wird der Zimmermann zum Schiffsbauer, der Seemann zum Entdecker, der Arbeitnehmer zum Unternehmer.

Redaktion: *Und welche Rolle kommen Leitbild und Strategie bei der Umsetzung von Zukunftsbildern zu?*

Gieschen: Die Vision alleine reicht als Kompass für die Mitarbeiter und Partner eines Unternehmens nicht aus. Wie ein Scheinwerfer strahlt sie den zu besteigenden Gipfel aus der Ferne an und sorgt so für Orientierung. Das Leitbild gibt der Gemeinschaft eine Identität und stellt die Regeln für den kommenden Anstieg auf. Dann kommt die dritte Komponente des Erfolgs, die Strategie: Sie gewährleistet einen nutzbringenden Ressourceneinsatz und stellt sicher, dass die Kräfte auf das gemeinsame Ziel fokussiert werden. Der Igel war in Grimms Märchen nicht schneller als der Hase - aber er hatte eben die bessere Strategie.

BUCHHINWEIS:

Gerhard Gieschen

Wie Mittelständler versteckte Ressourcen mobilisieren

Euro (D) 24,-/ Euro (A) 24,70/ sFr 42,20

ISBN 3-589-23653-1, Cornelsen Verlag 2005

Für fachliche Rückfragen:

Gerhard Gieschen, Tel (0177) 749 25 84,

gerhard.gieschen@denken-handeln.de

Interview mit dem Autor liegt vor, Zusendung auf Anfrage

Für redaktionelle Rückfragen, Datei-Zusendung; Reszensions-
Exemplar-Anforderungen und Beleg-Zusendung:

gmc Marketing & PR, Dirk Gieschen, Postfach 11 32, D-27409

Tarmstedt. Telefon (04283) 98 01 06, Telefax (04283) 98 01 08,

info@gmc-pressebuero.de