

## Swiss made

# Was macht KMU's erfolgreich?

Die Initiative „KMU Campus“ will – nach dem Vorbild von „TechnoKontakte“ unter dem Motto „Lernen von den Besten“ die Inhaber und Führungskräfte von KMU's besser für ihre Aufgaben befähigen und vernetzen. In dem neuen Buch „Swiss Made – was Schweizer KMU erfolgreich macht“ werden in 18 Porträts die Erfolgsfaktoren Schweizer KMU aufgespürt. Die Porträts machen Lust auf Veränderungsprozesse und zeigen neue, unkonventionelle Wege auf. Herausgegeben wurde das Best Practice-Buch von IBM und dem KMU-Campus.

Was KMU Campus mit den „Lernen von den Besten“-Seminaren ganz konkret anbietet, das vermittelt auch die Publikation, die vor kurzem im NZZ-Buchverlag erscheint: Von guten Vorbildern und den Erfahrungen erfolgreicher Unternehmen können KMU-Führungskräfte etwas lernen. So wird auch mit dem Buch der „Wissenstransport“ und „Erfahrungsaustausch“ gefördert.



Roger Tinner ist an der Uni St.Gallen als Leiter Kommunikation und in der Kommunikationsberatung tätig und Mitinhaber der freicom ag in St. Gallen.



Roger Tinner  
Swiss made - Was Schweizer KMU erfolgreich macht  
Herausgegeben von KMU Campus und IBM Schweiz  
196 Seiten,  
zahlreiche farbige Abbildungen

Die Schweiz – das ist inzwischen fast jedem bewusst – ist ein Land der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU). Doch warum sind in der Schweiz so viele kleine und mittlere Unternehmen erfolgreich, und zwar sehr häufig über die Landesgrenzen hinaus? Sind die bewährten Schweizer Eigenschaften wie Qualität und Präzision, die im Ausland ebenso bekannt sind wie die Schweizer Berge oder Schweizer Schokolade, für den Erfolg verantwortlich? Sind es die gut ausgebildeten und zuverlässigen Arbeitskräfte? Oder vielleicht doch eher die Internationalität, die aufgrund der Grösse und Lage des Landes sowie der Mehrsprachigkeit seiner Bewohner fast „natürlich“ gegeben ist?

Die neue Publikation „Swiss made – was Schweizer KMU erfolgreich macht“ kann und will diese Fragen nicht abschliessend beantworten. Die Porträts von 18 erfolgreichen Schweizer KMU – die aus einer Vielzahl erfolgreicher Schweizer KMU von einer Expertenrunde ausgewählt wurden – sprechen jedoch für sich selbst: success made in Switzerland. Die angesprochenen traditionellen Schweizer Werte finden wir bei vielen porträtierten Unternehmen wieder – dazu kommt aber noch viel mehr: Fokussierung auf attraktive, profitable Nischen, innovative Produkte, geschickte Marketingstrategien, starke Partnerschaften, Flexibilität und Offenheit gegenüber Neuem, aber auch charismatische Unternehmer-Persönlichkeiten, hoch motivierte Teams und die notwendige Portion Glück.

Schon Konfuzius sagte: „Ein Mensch hat dreierlei Wege, klug zu handeln. Erstens: Durch Nachdenken – das ist der edelste. Zweitens: Durch Nachahmen – das ist der leichteste. Drittens: Durch Erfahrung – das ist der bitterste.“ Die Publikation verfolgt das Ziel, dass UnternehmerInnen und Führungskräfte von den bereits gemachten Erfahrungen erfolgreicher Schweizer KMU profitieren. Durch „Nachahmung“ von Erkennt-

nissen und Vorgehensweisen lassen sich bittere Erfahrungen im Verlauf einer Firmengeschichte vielleicht sogar vermeiden. Dabei geht es den Herausgebern – IBM Schweiz und KMU Campus – keineswegs darum, wissenschaftlich beweisbare Erfolgsfaktoren aufzuzeigen. Vielmehr sollen Ihr Wissen und Ihre Erfahrungen ergänzt werden um die Beispiele von erfolgreichen Unternehmen, im Sinn einer Orientierung an „Best practice“.

## KOMBINATION VON ERFOLGSFAKTOREN

Die Erfolgsgeschichten, die bewusst leicht leserlich geschrieben und in verdaubaren Portionen präsentiert werden, sind keine Erfolgsrezepte im Sinn des „Man nehme ...“. In einem Schlusskapitel werden zwar gewisse Parallelen zwischen den porträtierten Unternehmen gezeigt und Schlüsse zu deren Erfolgsfaktoren abgeleitet. Es gibt aber keinen einzigen Erfolgsfaktor, der für sich allein bei allen Firmen in gleicher Ausprägung existiert und damit den Schlüssel zum Erfolg bieten würde. Bei allen 18 porträtierten Firmen basiert der Erfolg auf einer Kombination von Erfolgsfaktoren, begünstigt durch glückliche situative Umstände.

Das „Nachdenken“ können die Erfolgsgeschichten freilich nicht ersetzen: Was InhaberInnen und Führungskräfte aus diesen Beispielen für ihr unternehmerisches Tun lernen und adaptieren möchten, das bleibt ihre eigene Aufgabe und ihre eigene Entscheidung. Ebenso wie ein Rezeptbuch nur die Grundlage für ein gutes Essen sein kann, so kann auch dieses Buch ausschliesslich Anregungen und Ideen vermitteln. Die Herausgeber wünschen sich, dass möglichst viele Klein- und Mittelunternehmen so auf einen ähnlich erfolgreichen Weg gelangen wie die 18 „Darsteller“ in dieser Publikation. Die Porträts sollen nicht zuletzt Lust auf Veränderungsprozesse wecken und neue, unkonventionelle Wege aufzeigen.

Porträtiert wurden für die empfehlenswerte Publikation folgende Unternehmen: Abacus, Aebi, Blaser Swisslube, Bucher Group, Contrinex, Freitag, Hof Weissbad, Lantal Textiles, Mammut, Mobility, Otto Hofstetter, PB Swiss Tools, Ricola, Thermoplan, Tossa, Trisa, Ulrich Jüstrich (Just), Weisse Arena. ■