

Abenteurer Regelbruch

Der ehemalige Infineon-Chef Ulrich Schumacher bemerkte einmal: „Ich ging in einen Großkonzern, um zu lernen. Ich war entsetzt, als ich feststellte, dass die Leute nur in vorbestimmten Bahnen denken.“ Das ist das Problem: Angst, Anpassung und Agonie beherrschen die Seelen der Mitarbeiter. Strategieexperte Dr. Alexander Artmann (Weissman & Cie.) erzählt Ihnen hier, dass innovativen Regelbrechern die Zukunft gehört.



Der Strategieexperte Dr. Alexander Artmann ist Mitglied der Geschäftsleitung bei Weissman & Cie.

Veränderungen scheitern in Großkonzernen, weil nach drei Jahren Leidenszeit kaum noch jemand den Mut aufbringt, Risiken einzugehen. Wer traut sich schon zu sagen: „Unser Geschäftsmodell hat ausgedient“? Und in Familienbetrieben heißt es zu oft: „Das haben wir schon immer so gemacht.“ Dabei ist Verharren tödlich. Ein unumstößlicher Grundsatz der Ökonomie lautet: In stagnierenden Märkten führen austauschbare Leistungen zwingend zu einer negativen Renditeentwicklung. Und die meisten Unternehmen bewegen sich derzeit ohne Zweifel in solchen reifen, kaum differenzierten Märkten. Wie also die Angststarre lösen? Was machen, damit der Sprung über die Schlucht als weniger riskant empfunden wird, als das Festhalten am Bestehenden und vermeintlich Bewehrten?

Die beiden Hebel heißen „Lust“ oder „Leid“. Zum Weg über die Lust gehört auch, sich an gelungenen Beispielen zu begeistern. Zu erkennen, dass diejenigen gewinnen, die die Regeln brechen und Neuland beschreiten. Wie etwa Ingvar Kamprad, neuerdings vor Bill Gates der reichste Mann der Welt. Des Ikea-Gründers Regelbruch: Designer-Möbel zum Mitnehmen anzubieten, die man zudem noch selbst zusammenschrauben muss und dies in Einkaufsmärkten, die mehr an Disney-World erinnern als an Möbelhäuser. Oder die Modefirma H&M, die plötzlich anfang, zwölf statt der üblichen vier Kollektionen auf den Markt zu werfen und damit den Wettbewerb überrannte.

Immer wenn die Branche sagt, das geht nicht, setzt der kreative Regelbruch an. Banken ohne Filialen? Consors, Diba und andere haben bewiesen, dass auch das möglich ist. Oft steckt im hochgelobten und allseits praktizierten Benchmarking, das die Denkstruktur vieler Manager maßgeblich beeinflusst, der Fluch des Mangels an wirklich neuen Ideen. Alle versuchen, dem vermeintlich Besten hinterher zu laufen, ihn zu kopieren und nachzuahmen. Die meisten vergessen dabei gerne: So bleibt man in der Regel zweiter Sieger – bestenfalls. Ein altes Sprichwort sagt: Fata volentem ducunt, nolentem trahunt. Zu deutsch: Den Glücklichen führt das Schicksal, den Unglücklichen zieht es.

Unternehmen sollten ihre Mitarbeiter deshalb ermutigen, Benchbreaking statt Benchmarking zu betreiben. Innovative Regelbrecher sind Abenteurer. Re-

gelbrechende Abenteurer wie etwa Reinhold Messner, der, bevor er den Mount Everest ohne Sauerstoff bestiegen hatte, nicht wusste, ob das überhaupt geht. Natürlich stürzen auch viele wagemutige Manager und Unternehmer ab. So hat zum Beispiel die „Welt AG“ Daimler Chrysler des Jürgen Schrepp nicht funktioniert. Aber auch das gehört zum Spiel. Häufiger indes ist der Regelbruch der entscheidende Kick. Bei Ryanair das Weglassen aller gewohnten Annehmlichkeiten, bei Flexi die flexible Hundeleine oder bei Ebay die Erfindung, Versteigerungen via Internet zu organisieren. Ach ja, und was ist mit dem Weg zur Veränderung über Leid? Für jene, die nicht freiwillig die Regeln ihres Marktes bestimmen und lieber verharren, kommt der Weg des Leids mit ziemlicher Sicherheit von selbst.

VERANSTALTUNGSTIPP

Wachstumsstrategien für Familienunternehmen Weissman & Cie. und .iff – Input für Familienunternehmen

08. April 2008, Linz / 09:00 – 17:00 Uhr

In diesem Seminar erhalten Sie einen Masterplan zur Entwicklung und Umsetzung Ihrer Wachstumsstrategie.

- Wie Sie verschiedene Möglichkeiten des Wachstums gegeneinander abwägen.
- Wie Sie Wachstumsrisiken in den Griff bekommen.
- Wie Sie Ihre Unternehmenskultur als Nährboden für Wachstum gestalten.
- Wie Sie Ihre Mitarbeiter auf Wachstumskurz bringen.
- Was Sie gerade als Familienunternehmen bei der Finanzierung beachten sollten.
- Wie Sie neue Geschäftsfelder in das Unternehmen integrieren und
- Mit welchen spezifischen Kennzahlen sie den Wachstumsprozess unter Kontrolle halten.

Referent ist Dr. Alexander Artmann

Preis 590,- Euro zzgl. MwSt. inkl. Seminarunterlagen, Mittagessen, Kaffeepausen und Tagungsgetränke. Weitere Infos unter www.weissman.at oder telefonisch bei Frau Anhölcher.