

04.07.2012

ARTIKEL: Management

Nicht auf zu vielen Hochzeiten gleichzeitig tanzen



Sich als Spezialist definieren und das eigene Geschäftsfeld deutlich umgrenzen – das fällt vor allem Jungunternehmern schwer. Doch ohne greifbare Ausrichtung und Expertentum für besondere Lösungen kein Erfolg! Warum Unternehmer ihr Geschäftsfeld klar umgrenzen und ihren Einsatz fokussieren sollten.

Aufgeräumte Schreibtische und perfekt organisierte Büros – auch äußerlich steht bei dem Unternehmen im schwäbischen Giengen das wirtschaftliche Denken und die Zielgerichtetheit im Mittelpunkt. Bei Professor Dr. Jörg Knoblauch ist alles bis ins Letzte durchdacht. Nichts lenkt von der tatsächlichen Aufgabenstellung ab. Mit großem Erfolg setzt der Personalexperte Deutschlands, der auch Träger des Ludwig-Erhard-Preis-Wettbewerbes ist, auf extreme Spezialisierung.

Dabei war das nicht immer so: Knoblauch begann mit der Fertigung von Bohrerkästchen, sah seine Zukunft dann aber im Beratungssektor anstatt in der Produktion. Also ein Unternehmen für Lebensplanung gründen? Oder sich dem Thema Zeitmanagement annehmen? Vielleicht doch besser eine Beratungsgesellschaft für Zielsetzung und Selbstmanagement? Nicht zu vergessen den attraktiven Bereich Marketing ... „Ich musste mir irgendwann eingestehen, dass ich auf zu vielen Hochzeiten gleichzeitig tanzte“, erinnert sich Knoblauch. Für alle Ansätze gab es bereits zahlreiche Mitbewerber am Markt. Daher war der erste Schritt, das eigene Unternehmen einmal mit Abstand zu betrachten, sozusagen aus der Vogelperspektive. „So wurde mir bewusst, was bereits vergeben war und wo es noch weiße Flecken gab. Meine zentralen Überlegungen gingen dahin, eine Nische zu finden und mich dort zu platzieren, wo ich die Nummer Eins werden kann.“ Vergleichbar sei das mit einem Baum, auf den man mit einer Axt losgehe: Wer mal da und mal dort eine Kerbe schlage, gehe leer aus; nur wer immer an der gleichen Stelle ansetze, könne letztendlich Erfolg haben.

Knoblauch konzentrierte sich vollständig auf das Thema Personal und beackerte darin sein eigenes, bis dato brachliegendes Feld. Heute ist er geschäftsführender Gesellschafter von vier mittelständischen Unternehmen, in denen sich der Unternehmensberater, Speaker und Autor auf Mitarbeiterführung und -motivation sowie Personalmanagement konzentriert. Sein Fazit: „Wenn ich für etwas stehen will, muss ich mich ganz auf ein Thema fokussieren.“

Gerade nach den ersten Schritten in die Selbstständigkeit ist die Versuchung groß, jeden Auftrag anzunehmen, der auch nur annähernd zu den Kompetenzen passt. Doch der Fokus des

Unternehmens sollte frühstmöglich geschärft werden. Wer statt Aufträgen unterschiedlicher Couleur die eigenen Produkte entwickelt, ist deutlich im Vorteil. Zu viele Projekte am Rande des Hauptgeschäftsfeldes erwecken schnell den Eindruck der Beliebigkeit. „Wer sich zu breit aufstellt, verhindert, dass potenzielle Kunden Vertrauen entwickeln. Es muss differenziert werden, was zum eigenen Portfolio zählt und was eben nicht“, erklärt der Wirtschaftswissenschaftler und Buchautor Jochen Stargardt, der mit seiner Frau Simone ursprünglich bei der Nummer 1 des Discounterhandels tätig war, bevor das Ehepaar die private Akademie „carriere & more“ in der Region Stuttgart gründete. Die Fokussierung gelte als das A und O, um die passende Zielgruppe auszumachen und sich von Wettbewerbern abzugrenzen. Selbst Töchterfirmen sollte man daher separat behandeln und eigenständig positionieren.

Das Motto heißt also Spezialitätengeschäft statt Gemischtwarenladen! Der Weg dahin führt von der Vision über die Mission hin zum Erfolg. Wer ein präzises Zukunftsbild zeichnet, mit effektiver Vorstellungskraft agiert und die Grenzen im eigenen Kopf überwindet, kanalisiert die eigenen Energien, um schließlich den Nutzen für die Kunden zu definieren. „Im Zentrum steht die Frage, was vorstellbar, was erwünscht und was durchführbar ist. Die Erfahrung lehrt uns: Was wir ins Auge fassen, das können wir auch realisieren“, weiß Simone Stargardt.

Damit die Fokussierung nicht zu Scheuklappenbildung und Betriebsblindheit führt, raten die beiden Experten zum berühmten Blick über den Tellerrand: Wer Trends und Entwicklungen auch anderer Branchen wahrnimmt, Anregungen aus den eigenen Reihen zulässt und regelmäßig aus einem guten Abstand die Unternehmensstrategien überprüft und erneuert, wird sich nicht im Detail verlieren. Jochen Stargardt: „Der Wechsel zwischen dem Weiten und dem Verengen des Blicks ist entscheidend.“ Erfolgreiche Unternehmer konzentrieren sich auf ihre Stärken und bewahren gleichzeitig den distanzierten Blick auf das eigene Tun.

Mehr zum Thema "[Unternehmensführung](#)".

Simone Stargardt, Jochen Stargardt

Hart & Herzlich. Die 7 Stärken der erfolgreichen Unternehmer

Verlag carriere & more Nürnberg (2012)

ISBN 3862550001

Preis: 19,80 Euro