

Erfolgswege für die Praxis

Teil 1: Die neun Erfolgsschlüssel für ein gesundes Unternehmen | Karin Pietzek

Wie werden Unternehmen zu dem, was sie sind? Wie wirkt sich Marketing auf die Struktur und Dynamik der Unternehmenspsyche aus? In einer Zeit zunehmender Veränderung zeigt diese achteilige Artikelserie einen praxisorientierten Weg zu mehr Erfolg. Mit wertvollen Tipps und Anregungen erhalten Praxisinhaber (Unternehmer) fundiertes Wissen und nachhaltige Impulse für den Erfolg Ihrer Praxis (Unternehmen). – Teilen Sie der Autorin Ihre Meinung, Ihre Erfahrungen zum Thema mit.

Sie haben eine Idee, die fachliche Kompetenz, ein wenig Startkapital. – Selbstsicher legen viele los und eröffnen ihre Praxis, das heißt ihr eigenes Unternehmen. Manchen scheint der Erfolg nur so zuzufließen, andere bekommen trotz großer Anstrengungen keinen Fuß auf den Boden. Woran liegt das?

Ein Unternehmen hat ein eigenständiges energetisches Leben. Umgangssprachlich wird dies mit der Aussage „das Unternehmen ist das Baby des Unternehmers“ deutlich.

Eine eigene Praxis zu gründen und zu leiten bedeutet viel Arbeit und Zeiteinsatz. Die Freude am Entstehen, Aufrechterhalten und Wachsen seines „Babys“ zu spüren, kann sehr viel Erfüllung mit sich bringen. Es gibt dabei mehr oder weniger große Hürden und Aufgaben zu bewältigen. Ausschlaggebend für den Erfolg sind Motivation, Durchhaltevermögen und das Gewusst-wie, mit dem die Hürden überwunden werden.

Der Betrieb identifiziert sich dabei nicht mit dem Inhaber. Umgekehrt sollte dies ebenso wenig erfolgen. Denn wäre das so, dann würde der Unternehmer in dem Moment krank, in dem es seinem Betrieb schlecht geht. Doch genau dann werden Kraft und Intuition gebraucht.

Erfolg, Glück und Erfüllung der Praxis hängen vom Inhaber ab.

Was brauchen Unternehmen für ein gesundes Leben?

Kennen Sie ein Handbuch für erfolgreiches Erziehen, das auf alle Kinder dieser Welt, in

allen Lebensphasen anwendbar ist? Ich nicht. Genauso wenig gibt es für Unternehmen DEN Erfolgsweg. Was es jedoch gibt, das sind „typische Erfolgsschlüssel“, diese stelle ich in dieser Artikelserie vor.

Schlüssel 1: Besonders sein – der Unterschied

Wenn Sie eine Idee haben, dann entwickeln Sie das Besondere heraus. Kreieren Sie etwas, das sich von anderen stark unterscheidet. Etwas, das es auf dem Markt, in Ihrer Region noch nicht gibt; von dem gesagt wird „Genau das möchte ich nutzen. Warum hat es das früher noch nicht gegeben?“

Mit dem Finden Ihrer Marktnische steigen Ihre Erfolgchancen um ein Vielfaches.

Basis-Check „Wettbewerbssituation“: Je besser Sie Ihren Markt beobachten, umso besser können Sie auf Veränderungen reagieren. Haben Sie Wettbewerber mit vergleichbarem Angebot oder treten Sie als einziger Anbieter auf dem Markt auf? Wer sind Ihre Konkurrenten, welchen Service bieten diese? Wo können Sie Ihren Kunden mehr Nutzen bieten? Gibt es mögliche Synergien mit Konkurrenten?

Schlüssel 2: Von anderen lernen

Die besten Lektionen erteilt das Leben. Wer sich die Lehren aus den Fehlern anderer zu Eigen macht, spart eine Menge Geld, Zeit und Kopfzerbrechen. Wichtig bleibt der Fokus, auf den Sie sich ausrichten. Denn Erfolg zeigt sich in den Worten von Henry Ford:

„Suche nicht nach Fehlern, sondern nach Lösungen.“

Basis-Check „Wissen“: Bei der Selbständigkeit geht es um das Überleben. Daher gehört betriebswirtschaftliches Wissen zu jedem Unternehmen. Verfügen Sie über genügend Grundlagenwissen? Woher könnte fehlendes Wissen bezogen werden oder wo könnten Sie es sich aneignen? Kennen Sie die Inhalte eines Businessplanes? Wissen kann z. B. erworben werden über Berater, Seminare, Webinare und andere Medien (Bücher, Zeitschriften, Videos, CDs, ...).



Karin Pietzek

ist erfolgreiche Unternehmerin und Dozentin. Ihre branchenübergreifende Fachkompetenz machen die Expertin zu einer geschätzten Partnerin rund um Marken- und Organisations-Vertrauen. Mehr als 20 Jahre Berufserfahrung, davon 15 Jahre im internationalen Marketing, Stationen in Konzernen, Mittelstand und im eigenen Unternehmen prägen ihr Fachwissen.

Kontakt:

Kybkom UG
Tel.: 07733 / 5014919
k.pietzek@kybkom.de
www.kybkom.de

Schlüssel 3: Mutige Ziele setzen – das Tun genießen

Was auch immer Sie realisieren möchten, setzen Sie sich Ziele. Nur wer Ziele hat, geht auch wirklich los. Spaß am Tun und Motivation zum Durchhalten fallen mit Etappenzielen leicht.

Hinfallen wird mit dem Aufstehen kompensiert. Rechtzeitige Eventualfallplanung hilft Zeit sparen. Erfolgreiche Unternehmer fallen genauso hin wie andere auch. Sie stehen jedoch immer wieder auf, lassen sich nicht unterkriegen und versuchen es danach noch einmal. Dabei profitieren sie von den gemachten Erfahrungen und gehen beim nächsten Mal einen etwas anderen Weg.

Wer nur auf negative Ereignisse schaut, dem werden die vielen positiven nicht auffallen.

Genießen Sie den Weg und die Lernerfahrungen und nutzen Sie die damit zusammenhängenden Chancen.

Basis-Check „Businessplan“: Wer zu viel plant und großartige Strategien entwickelt, bleibt in der Theorie. Wer zu wenig oder gar nicht plant, gleicht einem betriebswirtschaftlichen Kamikaze-Kommando. Wenn Sie erfolgreich sein wollen, dann prüfen Sie immer wieder den Puls Ihres „Babys“, er drückt sich im Businessplan aus. Natürlich können Sie vieles gedanklich entwickeln. Doch wer sich seine Planung aufschreibt, die Gedanken in Form bringt, der sieht auch mögliche Lücken und kann vorab ergänzen.

Schlüssel 4: Glück und Pech einplanen

Glück und Pech realistisch in Umsatzplänen zu kalkulieren ist etwas, das niemand kann. Dennoch empfiehlt sich eine ungefähre Planung.

Wer neben „Plan A“ auch Alternativpläne hat, wird nicht aus der Bahn geworfen, wenn etwas Unvorhergesehenes passiert.

Basis-Check „Eventualfallplanung“: Besonders Kleinstunternehmen und Freiberufler müssen darauf achten, dass ihre Geschäfte weiterlaufen, wenn Unvorhergesehenes passiert. Sie kommen sonst schnell in einen Engpass, der im besten Fall enormen Stress bereitet oder viel Geld kostet. Im schlimmsten Fall kann das ganze Unternehmen beispielsweise durch eine lange Krankheit scheitern. Keine Einnahmen, volle Kosten. Nehmen Sie sich daher Zeit und prüfen Sie rechtzeitig, wie Sie auf Eventualfälle eingestellt sind.

Schlüssel 5: Marketing und Vertrieb planen

Sie haben ein geniales Praxiskonzept bzw. Dienstleistungsangebot. Es macht Ihnen Spaß, in Ihrem Bereich der beste Anbieter zu sein – doch wissen das Ihre Klienten auch?

Nehmen Sie von Anfang an die Themen „Marketing“ und „Vertrieb“ in Ihre Planung mit auf. Beschäftigen Sie sich mit Ihrem Angebot, Ihren Klienten und dem Nutzen, den das Angebot Ihren potenziellen Klienten bringt.

Wenn Sie Ihr eigener Kunde wären, würden Sie Ihr Angebot auf dem Markt sehen, es annehmen, die Betreuung und den Service gut finden?

Basis-Check „Marketing- und Vertriebsplanung“: Insbesondere für kleine Unternehmen sind die Ausgaben für den laufenden Betrieb eine beachtenswerte Sparan-



strengung. Hier liegt eine enorme Gefahr verborgen: Marketing zählt zu den „voraus-eilenden Maßnahmen“, deren Wirkung sich erst nach längerem entfalten. Dennoch ist Marketing mit ausschlaggebend für den Erfolg eines Unternehmens. Seien Sie kreativ – „Klappern gehört zum Geschäft“: Wie machen Sie sich bei potenziellen Klienten bemerkbar? Wie bringen Sie sich bei bestehenden Klienten in Erinnerung? Wie hören Sie den Klienten zu und beziehen das Gehörte in Ihre Aktionen ein?

Schlüssel 6: Netzwerken

Wer sich zu sehr auf sich selbst konzentriert verliert leicht den Kontakt zur Realität. Niemand kann sein Unternehmen ganz alleine, ohne Unterstützung von Klienten, Bekannten, Freunden, Beratern oder der Familie aufbauen. Der Kontakt zu anderen ist maßgeblich für den Erfolg.

Schauen Sie dabei ruhig über Ihren eigenen Tellerrand. Engen Sie sich nicht künstlich ein und nehmen Sie Kontakt zu angrenzenden Branchen auf. Ob Sie sich dann auf ein Glas Wein oder eine Tasse Tee treffen, in Foren chatten oder an Podiumsdiskussionen teilnehmen, das ist ganz Ihnen überlassen.

Authentisch „netzwerken“ heißt, sich ehrlich ins Bewusstsein von Klienten zu bringen. Unehrlichkeit wirkt unecht und wird von Klienten unbewusst gespürt.

Basis-Check „Netzwerken“: Sitzen Sie lieber in Ihrem bekannten Rahmen oder gehen Sie auch gerne unter Menschen? Netzwerken kann sehr vielseitig sein: Sie können an Veranstaltungen teilnehmen, selbst Redner / Referent sein, sich mit Bekannten treffen und fachspezifisch unterhalten, in Vereinen

oder Organisationen aktiv werden, sich in Foren mit anderen chatten. Wie „netzwerken“ Sie – wieviel Zeit setzen Sie für Ihre Netzwerke ein?

Abhängig von der Branche empfiehlt es sich, wöchentlich circa 4 bis 8 Stunden für das Netzwerken einzuplanen.

Schlüssel 7: Motivation nach innen und außen

Stellen Sie sich vor, Sie schließen die Augen, murmeln eine Beschwörungsformel und dann läuft alles wie von selbst, die Klienten rennen Ihnen die Türe ein.

Selbst wenn Ihnen diese Formel bekannt sein sollte, ist es nicht ganz so einfach. Es bringt nichts, wenn die Klienten an der Tür Schlange stehen und nicht drankommen. Viele würden verärgert wieder gehen.

Was ist also zu tun? Prüfen Sie zuerst Ihre eigene Motivation.

Nach innen: Wieswegen möchten Sie selbstständig arbeiten? Was sind Sie bereit dafür zu tun? Haben Sie Ihren Businessplan, das Marketingkonzept und den Marketingplan schon geschrieben?

Nach außen: Wie gut können Sie Ihre Praxis darstellen? Machen Sie den 30-Sekunden-Test: Erklären Sie Ihr Konzept, Ihre Dienstleistungen in 30 Sekunden auf eine Art, so dass das Gegenüber begeistert zu Ihnen kommen möchte. Benutzen Sie eine einfache Sprache und emotionale Erklärungsbilder.

Das ist gar nicht so einfach, wie es sich liest. Doch es lohnt sich. Feilen Sie an Ihrer Kurzformulierung. Je einfühlsamer Sie sich ver-



ständig präsentieren können, umso höher wird das Interesse bei Ihrem Gegenüber. Der erste Eindruck gibt den Impuls für die mögliche Entwicklung.

Wir haben keine zweite Chance für den ersten Eindruck.

Basis-Check „Motivation“: Wie sehen Sie sich? Wie sehen Sie Ihre Praxis im Wettbewerb? Was bieten Sie an? Was sind die Kernaufgaben Ihrer Praxis? Welche Vorteile habe ich als Klient, wenn ich zu Ihnen komme? Warum sollte ich Sie und nicht den Mitbewerber wählen?

Schlüssel 8: Durchhaltevermögen

Erfolge und Misserfolge sind die Meilensteine jedes Unternehmens. Hier stellt sich nun

die Frage, wie Sie mit den Misserfolgen umgehen? Es wurde bereits mehrfach angesprochen, wie wichtig eine gute und fundierte Planung ist. Das erleichtert das Messen von Erfolgen und Misserfolgen, das Eingreifen und Optimieren. Denn wie Thomas Edison, der Erfinder der Glühbirne, schon wusste:

„Erfolg ist ein Gesetz der Serie, und Misserfolge sind Zwischenergebnisse. Wer weitermacht, kann gar nicht verhindern, dass er irgendwann auch Erfolg hat.“

Basis-Check „Durchhaltevermögen“: Lernen Sie Ihr Unternehmen und Ergebniswerte, Ihre Zahlen verstehen. Wie konsequent verfolgen Sie Ihre Planung? Wie ist Ihr Durchhaltevermögen? Wie häufig korrigieren Sie Ihre Richtung? Was passierte bei

welcher Marketing- oder Vertriebsaktion? Wie dokumentieren Sie Ihre unternehmerischen Ereignisse und Ergebnisse?

Schlüssel 9: Kontrolle

Die Besonderheit der Kontrolle liegt in ihrem Prinzip. Würde nur kontrolliert um der Kontrolle willen, dann hätte das wenig bis keinen Sinn. Wird jedoch in der Kontrolle eine enorme Entwicklungschance gesehen, dann ist die unternehmerische Denkweise prozessorientiert. Das Ziel der Prozessorientierung ist die Reduktion von Störfeldern und eine stetige Verbesserung auf allen Ebenen.

Die Methodenvielfalt rund um das Controlling ist sehr umfangreich. Eine sehr bekannte Methode kommt aus der japanischen Kultur und setzt sich aus den Worten „Kai“ (Veränderung) und „Zen“ (zum Besseren) zusammen. Kaizen fokussiert vier Schritte, die bei allem und immer wieder gemacht werden:

Planen (Plan), Tun (Do), Prüfen (Check) und Erkenntnisse einbeziehen (Act).

Basis-Check „Kontrolle“: Die vier Schritte des Kaizen sind auch in der westlichen Denkweise nichts Neues. Ausschlaggebend ist die Konsequenz der Umsetzung. Wie kontrollieren Sie sich, Ihre Umsetzungsschritte und Ihre Ergebnisse?

Begriffsdefinitionen

Businessplan: Geschäftsplan, Geschäftskonzept; Beschreibung von unternehmerischen Vorhaben, in denen die unternehmerischen Ziele, geplante Strategien und Maßnahmen sowie die Rahmenbedingungen dargestellt werden.

Marketingkonzept: Strategischer Grundsatzentwurf für die Koordination aller marktbezogenen Aktivitäten einer Unternehmung, wie z. B. Wahl der zu bearbeitenden Problemfelder und Kundengruppen, Marktausdehnung, kaufverhaltensrelevante Merkmale, Corporate Identity, Corporate Design, Einsatz der Marketingmedien (Print, digital, Events u. a.)

Marketingplan: Strategische und operative Planung des Projektmanagements rund um Marketingmaßnahmen in ausgewählten Medien. Wichtige Bestandteile des Marketingplans sind: Kommunikationsträger, Kommunikationsinstrumente, Inhalte, Zeiträume der Schaltung, Kosten der Schaltung, Reichweite, Response (wenn messbar), Schlüsselkennzahlen zu den verschiedenen Kommunikationsträgern (KPI, key performance indicators).

Quelle: Springer Gabler Verlag (Hrsg.), Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Business Plan, online: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de>

Weitere Informationen und Checklisten unter: marketing.kybkom.de

Fazit

Die Inhalte der Erfolgsschlüssel 1 bis 9 sind sehr eng miteinander vernetzt. Sie ebnen den Weg, der Ihrem „Baby“ ein sicheres Leben beschert. Ebenso eröffnen die Schlüssel Räume für eine individuelle Praxisidentität (Corporate Identity).

Nur wenn sich der Praxisinhaber (Unternehmer) wohl und sicher mit seinem fachlichen und wirtschaftlichen Tun fühlt, kann Erfolg wachsen.

Ausblick

Teil 2 stellt die Frage „Was ist das Besondere an Ihrer Praxis?“ und begleitet die Schritte zur Markenbildung, die Entwicklung der Praxisidentität (CI, Corporate Identity) und des -Erscheinungsbilds (CD, Corporate Design).