von Walter Eisele, Regionalleiter StrategieCentrum Bielefeld

# Umsatzsteigerung in vier Jahren um 280%

## So wird eine Strategie gegen Widerstände erfolgreich in die Praxis umgesetzt.

Walter Eisele

*In dieser Rubrik wird immer ein strategisches Thema anhand eines Praxisbeispiels behandelt und eine **praktische Umsetzungshilfe** in Form eines **Downloads** zur Verfügung gestellt. So kann der Leser seine jeweiligen Engpässe erkennen und überwinden.*

Was hilft mir als Geschäftsführer eines Wartungs- und Service Unternehmens für Brandschutz mit 100 Mitarbeitern weiter, um im harten Markt dauerhaft erfolgreich zu bleiben? Diese Frage beschäftigte den Geschäftsführer öfters im Lauf des Jahres 2002. Aufgrund eines Zeitungsartikels über das 30-jährige Bestehen des StrategieCentrum Bielefeld ist er auf die EKS aufmerksam geworden. Nach ausführlichen Gesprächen wurde eine Zusammenarbeit vereinbart, die mit einem zweitägigen strategischem Workshop begann. Teilnehmer waren der Geschäftsführer und zwei Vertriebsmitarbeiter.

### Start mit Workshop

Die Haupterkenntnisse des Workshops lassen sich folgendermaßen zusammenfassen:

- bessere Wahrnehmung der Stärken des Unternehmens
- Konzentration auf die Zielgruppe, die am Besten zu den Stärken passt und keine Verzettelung

Hier hatten dann bei der Umsetzung die Verkäufer zunächst Probleme, weil Sie ihre bestehenden Zielgruppen teilweise verlassen und zu der neuen Zielgruppe wechseln sollten.

### Befragung bringt wertvolle Informationen

Um die weitere Vorgehensweise abzusichern wurde eine Kundenbefragung durchgeführt. Dazu wurde ein Fragebogen entwickelt und ein Callcenter mit der Durchführung der Befragung beauftragt. Von 1000 ausgewählten Adressen waren über 300 bereit, die Fragen zu beantworten. Aufgrund der Befragung hatte man nun ein objektives Bild von den Problemen und Wünschen der Zielgruppe. Das bedeutete z.B., dass die als zunächst subjektiv sehr hoch bewerteten Stärken von der Firma aus gesehen, aus Sicht der Zielgruppe weniger wichtig waren. Weiterhin verfügte nun das Unternehmen über detaillierte Informationen über die befragten Unternehmen, die anschließend den Vertriebsmitarbeitern zur Verfügung gestellt wurden. Per Serienbrief und Telefon begann die individuelle Nachbearbeitung der Außendienstmitarbeiter.

### Strategie und Außendienst – zwei Welten?

Es liegt in der Natur der Sache, dass Verkäufer verkaufen wollen, weil sie auf Provision arbeiten. Aus diesem Grund verlieren sie öfters die strategischen Zusammenhänge aus den Augen und der Preis wird in den Mittelpunkt der Gespräche gestellt. So war es auch hier. Und die Verkäufer verloren das Vertrauen in die Wirksamkeit der Strategie, die sie umsetzen sollten. Immer wieder wurden Meetings und Workshops durchgeführt und das Vertrauen in die neue Strategie wuchs mit den Verkaufserfolgen und der Umsetzung der nun immer mehr aufkommenden Ideen und Vorschläge des Außendienstes. Namhafte Kunden (Automobilindustrie, Lebensmittelketten etc.) wurden bundesweit gewonnen. Das steigerte die Motivation des Außendienstes und der 80 Wartungs-Monteure. Mit namhaften Referenzen in den Verkaufsunterlagen steigerte sich auch das Selbstbewusstsein der Verkäufer, was sich auch auf den Verkauf positiv auswirkte. Von 2001 bis 2004 wurde der Umsatz um 280% gesteigert.

### Zukunftsängste weg?

Abhängig vom Grad der Identifikation und Umsetzung der gemeinsam entwickelten Strategie sind auch die Ängste weniger geworden. Im Unternehmen mit rund 100 Mitarbeitern herrscht eine positive Grundstimmung und der Zukunft wird gelassener entgegengesehen.

### Neue Herausforderungen

Weniger Volumen im Neubaugeschäft, generell mehr Wettbewerb im Dienstleistungsbereich, Bündelung von Einkaufsaktivitäten und Abwanderung von Firmen ins Ausland sind die neuen Herausforderungen, denen man Dank des eingeschlagen neuen Weges gelassener entgegenblickt. Durch monatliches Coaching erhalten der Geschäftsführer

>>

# Zynismus und Dummheit
# Geld, Gold und Gottspieler
## - Am Vorabend der nächsten Weltwirtschaftskrise

In den letzten 30 Jahren hat sich die Güterproduktion vervierfacht, das Geld- und Kreditvolumen aber vervierzigfacht. Die wichtigsten Währungen haben in der Zeit 80 % ihrer Kaufkraft eingebüßt, obwohl diese aufgrund des Produktivitätsfortschritts massiv hätten steigen müssen!

Entscheidende Ursache dieser kalten Ausbeutung ist der „leise monetäre Sozialismus" - das Staatsmonopol über das politisch beliebig manipulierbare (betrügerische) Papiergeld. Die ins gigantisch gewachsene und weiter wachsende Staatsverschuldung bedeutet eine Vernichtung der Ersparnisse der Bürger; sie endet nach den unumstößlichen Marktgesetzen über kurz oder lang unvermeidlich im Staatsbankrott und damit verbunden in Knechtschaft der Bürger.

So das ernüchternde und zugleich erschreckende Fazit von Autor und Nationalökonom Baader, Schüler von Nobelpreisträger Friedrich von Hayek.

Baader legt aufrüttelnd und mit hohem Sachverstand, analytisch-scharfsinnig, unbestechlich-nüchtern, drastisch und allgemeinverständlich Taktik, Machtkalkül, Anmaßung, Zynismus und Dummheit bloß, mit der die politischen Eliten im

*Roland Baader*

*Geld, Gold und Gottspieler*
*- Am Vorabend der nächsten Weltwirtschaftskrise*

*Resch-Verlag*
*Preis 29,90 Euro*

Zusammenspiel mit Hochfinanz, Funktionären und „Mainstream-Ökonomen" dabei sind, die Grundlagen von Freiheit und Wohlstand der Menschen systematisch zu zerstören. Für Baader ist nicht der materielle Schaden das Schlimmste, sondern die verheerende Wirkung auf die Moral der Bevölkerung, weil mit wachsender Staatsverschuldung die Abhängigkeit der Bürger vom Staat unablässig wächst.

Das Buch ist ein Meisterwerk, spannend wie ein Krimi. Es gehört m. E. zu den wichtigsten Wirtschaftspublikationen - ein MUSS für jeden, der die wahren Ursachen des wirtschaftlichen Auf und Ab erkennen und verstehen will.

Buchtipp von W. Klotz

*Das Buch ist spannend wie ein Krimi, ein MUSS für jeden, der die wahren Ursachen des wirtschaftlichen Auf und Ab erkennen und verstehen will.*

---

>>

und die Mitarbeiter Sicherheit und das gute Gefühl, den erfolgreich eingeschlagenen Weg nicht zu verlassen.

**Fazit**
Die Entwicklung einer Strategie benötigt zunächst Vertrauen in die zukünftige Wirksamkeit und Standhaftigkeit sowie Zeit (2-3 Jahre) bei der Umsetzung. Mit Kritik aus den eigenen Reihen muss konstruktiv umgegangen werden. Das Ziel darf jedoch nicht aus den Augen verloren werden. Kommunikation, Kooperation, Kreativität, Flexibilität und Selbstverantwortung sind die Schlüssel für die Zukunft.

**>Umsetzungshilfe< Der Tipp vom Coach**
Wenn Sie neue Kräfte zum Thema Mitarbeiter freisetzen wollen, weil Sie in diesem Bereich möglicherweise hinderliche Einstellungen oder Überzeugungen haben, hilft möglicherweise folgender Download:
*www.strategie.net/download/tzs-2.pdf*

**Kontakt**
Walter Eisele
Strategie- & Managementcoach
Telefon (052 52) 93 14 42
Telefax (0 52 52) 93 14 43
eisele@mittelstands-strategien.de