

Sonst kommen die Teilnehmer nicht wieder. Der Berater braucht auch technische Voraussetzungen für die Mailings usw. die aber in der Regel vorhanden sind.

Thomas Ruf: Inwiefern ist dieses Modell eine Alternative in der Beraterkrise?

Seyfarth: Wie andere Branchen auch, hat sich die Beraterbranche bereits stark verändert. Große Firmen haben betriebsinterne Beratergruppen gebildet, der öffentliche Dienst ist extrem vorsichtig geworden, kleine Firmen entwickeln wegen der Kosten zunehmend eine Beraterallergie. Gleichzeitig wird das Fachwissen der Berater in einer komplexer werden Welt dringend gebraucht. Wenn sich mehrere gleichgelagerte Firmen einen Berater teilen und die Sachverhalte durch eine erfahrene

Unternehmerrunde gleichzeitig abgeglichen werden, entsteht der moderierende Unternehmensberater.

Thomas Ruf: Wie kommen Sie an die Teilnehmer Ihrer Klientengruppen?

Seyfarth: Ich mache das, was alle Wirtschaftsunternehmen tun. Ich halte Vorträge, schreibe Zeitschriftenartikel und schalte Kleinanzeigen. So werden Firmen auf mich aufmerksam. Ich versende Unterlagen und führe anschließend ein telefonisches Beratungsgespräch. Im Übrigen verweise ich auf die Reportage von Thomas Rupp, die im Heft 5/2003 veröffentlicht wurde.

Thomas Ruf: Ich danke für das Gespräch.

Hindernisse der Strategieumsetzung überwinden

von Walter Eisele, Leiter StrategieCentrum Ost-Westfalen

Reaktion zum Strategie Journal 3/2004 Artikel von Prof. h.c. Wolfgang Mewes „Ein besserer Weg, Vermögen zu bilden.“ Wolfgang Mewes schreibt u.a. auf Seite 21 ... Am besten wäre es, wenn wir im Rahmen des StrategieForums irgendeinen, kostenmäßig tragbaren Weg fänden, wie sich ähnlich organisierte Interessenten unter Anleitung eines Moderators gegenseitig anregen, steuern und korrigieren.

Wenn am Sonntagabend bei Sabine Christiansen getalkt wird, geben Wirtschaftsbosse der Steuerpolitik, dem Arbeitsrecht und der Bürokratie die Schuld an der Krise. Da mag zwar etwas dran sein; ist es dennoch nicht seltsam, dass es auch während einer Krise Unternehmen gibt, die sehr erfolgreich sind. Kürzlich kürte die Financial Times Deutschland Jochen Zeitz, Vorstand der Puma AG zum Strategen des Jahres. Vor elf Jahren verkaufte Puma Turnschuhe und verlor Geld. Heute verkauft das Unternehmen Lifestyle und verdient prächtig – dank des Strategen an der Spitze.

Mit einer klaren Vision und einem Fünf-Jahres-Plan hat er das Unternehmen an die Spitze geführt. Viele EKS-ler werden jetzt wieder sagen: „Ich bin nicht so groß wie Puma und außerdem ist

bei mir alles anders.“ Andererseits wird auch von vielen erkannt, dass man an einer individuellen Strategie arbeiten muß. Aus irgend einem unerklärlichen Grund kommen sie jedoch nicht richtig weiter.

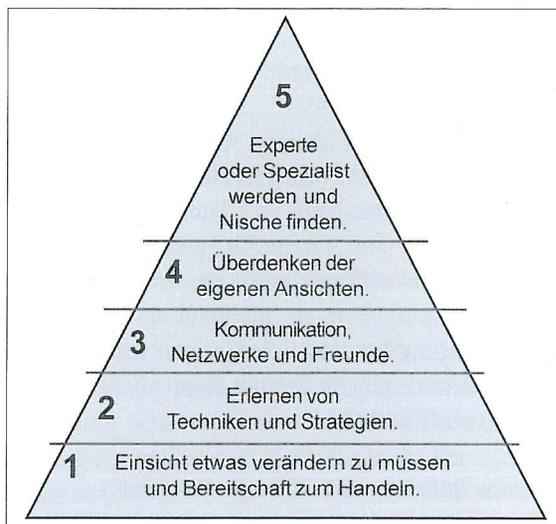
Woran liegt das?

Suggestieren die Erfolgsbeispiele des EKS-Lehrgangs oder im Strategie Journal dem Leser, dass der Erfolg zu einfach ist? Er ist enttäuscht, wenn es bei ihm nicht so schnell geht. Werden die schweren Zeiten und Entbehrungen dieser Erfolgsstories aus Platzgründen, oder weil es sich dann nicht so gut liest, weggelassen? Möglicherweise ist es auch nicht so toll, wenn man auch über etwas Negatives auf dem Weg zum Erfolg schreiben soll. Es könnte ja etwas Schatten auf die Erfolgsstory fallen.



Walter Eisele

Suggestieren die EKS Erfolgsbeispiele dem Leser das der Erfolg zu einfach ist?



Die Pyramide der persönlichen Entwicklung:
 Häufig stecken EKS-ler in Stufe 3 und 4 fest und kommen nicht in Stufe 5. - © 2004 Success Service Eisele

Tatsache ist:
 Die EKS funktioniert, wenn man sie konsequent anwendet. Aber wieso tun sich viele so schwer bei der Umsetzung?

„Wieso geht es bei mir nicht so leicht?“ fragt sich derjenige, der mit der EKS vorwärts kommen will, jedoch irgendwie „hängt“.

Tatsache ist: Die EKS funktioniert, wenn man sie konsequent anwendet. Und da wären wir bei der Kernfrage. Wieso tun sich viele so schwer bei der Umsetzung? Es ist nicht die EKS, die nicht funktioniert, sondern der Anwender, der aus seinen aus der Vergangenheit wurzelnden Gewohnheiten nicht heraus kommt. Er ist in der Regel gefangen in Ängsten, Erfahrungen, Zweifeln, Überzeugungen und Glaubenssätzen (z.B.: Wird es wirklich erfolgreich? Die letzte Werbung hat nichts gebracht. Meine Mitarbeiter machen keine Verbesserungsvorschläge. Das geht bei uns nicht. Das haben wir noch nie gemacht. Die Zeiten sind schlecht.) Die eigenen Überzeugungen und Glaubenssätze sind die wahren Engpässe, die es zu überwinden gilt.

Es gibt zwei Möglichkeiten um dem Labyrinth zu entkommen: erstens Meditation und zweitens externe Hilfe.

Meditation kann lange dauern und wirklich brauchbare Geistesblitze kommen eher selten.

Bei externer Hilfe stehen Seminare und Beratung an erster Stelle. Schnell ist jedoch die anfängliche Euphorie nach einem Seminar verfliegen, oder der Motivationsschub nach einer Beratung verpufft, wenn der Handlungsplan allein umgesetzt werden soll und man wieder allein gelassen ist.

Es geht auch anders!

Benötigt werden vor Ort kosten- und zeitmäßig tragbare Methoden zum Entwickeln und Umsetzen der eigenen Strategie in die Praxis. Ein in der Regel monatliches Treffen im StrategieCentrum reicht, um weiter zu kommen häufig nicht aus, weil aufgrund der behandelten Themen die aktuelle Situation nicht reflektiert wird. Wer den ernsthaften Entschluss gefasst hat, seine Strategie in die Praxis umzusetzen und nicht richtig weiter kommt, braucht einen Coach, der ihm zur Seite steht.

Coaching hilft zum Erfolg

In einem einjährigen Coachingprozess werden die Teilnehmer professionell geführt und geschult. In vier Workshops, alle drei Monate, treffen sich die Teilnehmer. Während der 12 Monate steht der Coach telefonisch, per Email und einem Internet-Forum den Teilnehmern unterstützend zur Seite. Außerdem motivieren sich die Teilnehmer gegenseitig und werden zur größeren Konsequenz in der Umsetzung angehalten. Das gleiche ist auch für einzelne Unternehmen, die an der Umsetzung ihrer Strategie arbeiten, mit Führungskräften und Mitarbeitern durchführbar. Die Coachings können monatlich bundesweit vor Ort starten, wenn mindestens 6 Teilnehmer aus einer Region vorhanden sind. Interessenten können das komplette Konzept unter:

www.mittelstands-strategien.de/unternehmer-coaching.htm
 kennen lernen.

Kontakt

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