

Erfolg ist machbar!

Wie Strategie, Organisation, Mitunternehmertum und Kundenorientierung im Betrieb praktisch umgesetzt werden können.

VON PROF. KURT NAGEL, SINDELFINGEN

So kann es eigentlich in vielen Betrieben des Garten- und Landschaftsbaus nicht weitergehen: Das finanzwirtschaftliche Ergebnis ist meistens bescheiden, der zeitliche Arbeitseinsatz geht aber oft bis an die physischen Grenzen. Damit einher geht der Spaß an der Arbeit zurück. Auch die Kunden verhalten sich immer weniger königlich, die Banken werden restriktiver, die Befindlichkeit in der Familie leidet. Für das, was Sie alles leisten, verdienen Sie in der Regel zu wenig! Von alleine wird sich daran nichts ändern. Seien Sie sich gewiss: Die „Schlachten“ werden auch im GaLaBau nicht mehr allein mit Ihrer Hände Arbeit gewonnen. Die Zukunft Ihres Unternehmens wird im Kopf entschieden. Gewinnen können Sie künftig nur als Handwerker, Kopfwerker und Mundwerker gleichermaßen. Mit einer klaren Strategie gilt es, Ihre Betätigungsfelder zu optimieren. Es ist wichtig, mit den richtigen Kunden zu wachsen. Die ständige Verbesserung der Arbeitsprozesse ist unabdingbar. Das Verbessern der Profitabilität durch Produktivität ein Muss. Das Fördern des Mitunternehmertums eine Überlebensfrage. Gefordert ist das ständige Verbessern des Teamspirits. Es gilt zudem den Markt aggressiver zu bearbeiten und die erreich-

ten Ergebnisse zu visualisieren. Unternehmerische Fitness bedeutet, dass Sie die Stärken und die Schwachstellen Ihres Betriebs richtig einschätzen können. Bauen Sie Ihre Stärken aus und minimieren Sie Ihre Schwachstellen. Ich versichere Ihnen: Dadurch erhalten Sie mehr Aufträge und verdienen mehr Geld. Und Sie sparen sogar Geld, beispielsweise durch ein besseres Rating. Ab sofort messen Sie sich mit den Besten in der Branche. Packen Sie es an. Dann haben Sie und Ihre Mitarbeiter eine überdurchschnittliche Zufriedenheit.

Mit Strategien und Zielen gewinnen

Strategie ist die Kunst, sich zu kratzen, bevor es einen juckt. Fragen Sie sich doch einmal, wie Ihre momentane Kundenstruktur aussieht. Und fragen Sie sich auch: Mit welchen Kunden wollen wir wachsen? Mit welchen Dienstleistungen gehen wir in die Zukunft? Was ist unser Mehrwert? Welchen Zusatz-Nutzen bieten wir? Welche Problemlösungen bieten wir an? Eines müssen Sie wissen: Ohne Ziel- und Kontrollsysteme können Sie Ihren Gewinn niemals verbessern. Denn wer kein Ziel hat, für den ist jeder Weg richtig. Leiten Sie daher aus Ihrer Strategie Ihre Ziele ab. Und erarbeiten Sie die Ziele gemeinsam mit Ihren Mitar-



Kurt Nagel: „Wer nur in den Spuren anderer geht, wird sie niemals überholen können.“

beitern. Formulieren Sie die drei bis fünf wichtigsten Ziele. Jedes Team und jeder Mitarbeiter haben dabei kooperativ vereinbarte Ziele. Aus diesen Einzel-Zielen leiten Sie dann Ihre konkreten Planungen ab.

Die Organisation muss stimmen

Der eine wartet, dass die Zeit sich wandelt, der andere packt sie kräftig an und handelt! Klar, im täglichen Geschäft darf nichts anbrennen, dazu brauchen Sie aber eine herausragende Organisation. Achten Sie dabei auf die Einhaltung der Termine und Absprachen. Ermitteln Sie gemeinsam mit Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Schwachstellen und Stärken im täglichen Geschäft. Verbessern Sie ständig Ihre Schwachstellen und bauen Sie Ihre Stärken immer mehr aus. Legen Sie eine detaillierte Kunden-Datenbank an und denken Sie damit für Ihre Kunden voraus. Arbeiten Sie mit den drei Erfolgsinstrumenten Organisations-Lernwerkstatt, Kunden-Beirat und einem lernenden Mitarbeiter-Team.

Mitunternehmertum ist unabdingbar

Das Wollen und Können der Mitarbeiter ist ein entscheidender Erfolgsfaktor. Es gilt, aus Mitarbeitern Mitunternehmer zu machen. Wählen Sie die Mitarbeiter aus nach der Formel: Ein Gramm Auswahl wiegt mehr als ein Kilogramm Weiterbildung. Die Mitarbeiter-Effizienz wird vom Wollen, Können und Dürfen bestimmt. Achten Sie daher auf die Kompetenz Ihrer Mitarbeiter und führen Sie einen Kompetenz-Pass ein. Der kooperative Führungsstil ist heute unabdingbar. Demotivierende Faktoren gilt es zu erkennen, zu analysieren und zu beseitigen. Das ist die beste Motivation für Ihre Mitarbeiter und in der Konsequenz für Sie selbst.

Kundenorientierung realisieren

Der Markt ist nicht verteilt, er wird jeden Tag neu verteilt. Erarbeiten Sie daher gemeinsam

Beispiel zur Kunden-Analyse:

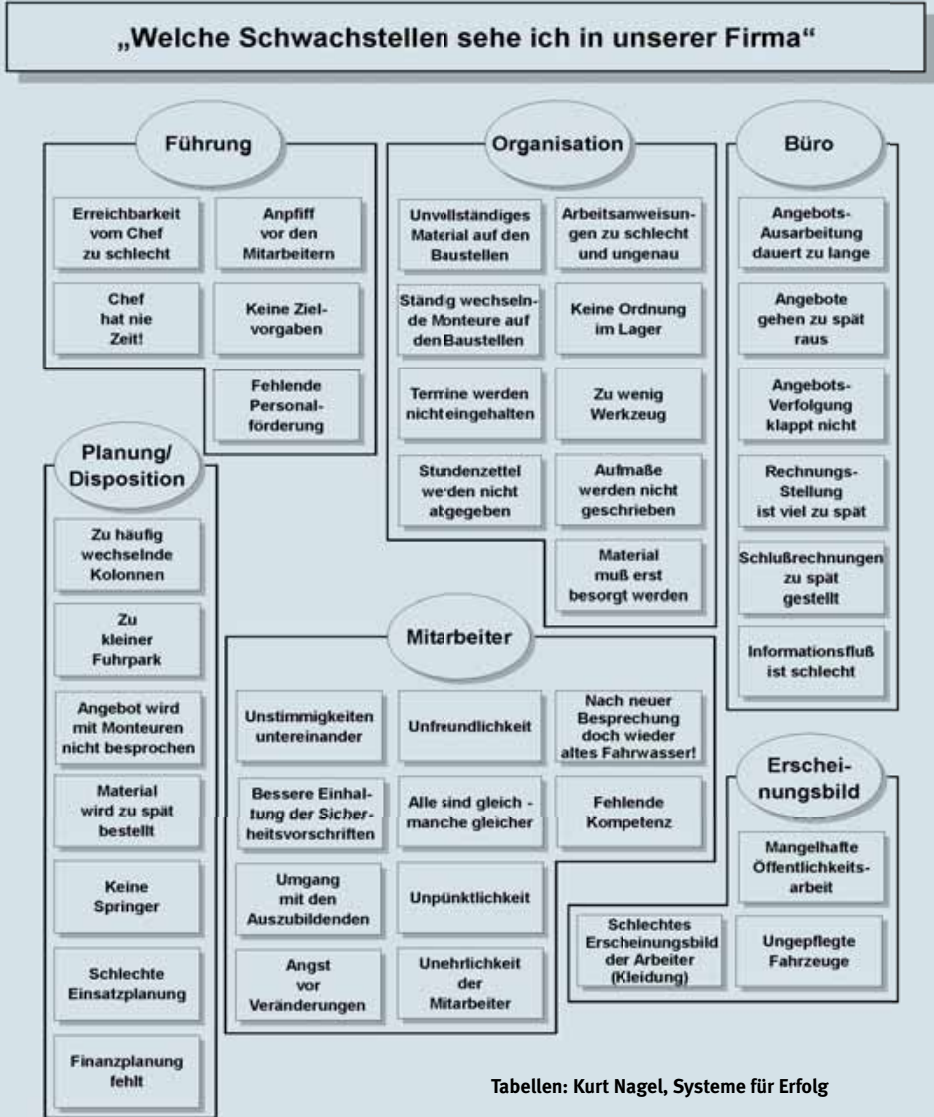
| Kundengruppen | Umsatz | | Gewinn | | Entscheidungskriterien |
|--|--------|--------|--------|--------|---|
| | Heute | Morgen | Heute | Morgen | |
| 1. Öffentlicher Auftraggeber | | | | | 1. Preis 2. Referenzen 3. Lokale Ansässigkeit |
| 2. Gewerbe/Industrie | | | | | 1. Terminflexibilität 2. Preis/Leistung 3. Kompetenz |
| 3. Ältere Privatkunden | | | | | 1. Vertrauen 2. Zuverlässigkeit 3. Alles auf 1 Hand |
| 4. Sonstige Privatkunden (insbes. Jüngere) | | | | | 1. Beratung 2. Hilfe zu Selbsthilfe 3. Diagnose-Unterstützung |

Konzentrieren Sie sich auf Ihre Erfolgspotenziale!

mit Ihren Mitarbeitern Vorschläge für die Rekrutierung neuer Aufträge. Machen Sie aus Ihren begeisterten Kunden „Missionare“ für Ihren Betrieb. Reservieren Sie pro Woche einige Stunden für Akquisitionen und Verkaufsgespräche. Prüfen Sie, welche Events für Marketing-Unterstützung in Frage kommen und nutzen Sie die modernen Medien. Führen Sie gezielt Veranstaltungen mit Multiplikatoren durch. Bieten Sie, wo immer dies möglich ist, Wartungs-, Service- und Beratungs-Verträge an. Bauen Sie Kunden-Informationssysteme auf und nutzen Sie diese intensiv.

Checken Sie Ihren Betrieb

Ein Unternehmenscheck gibt Auskunft darüber, ob Ihr GaLaBau-Betrieb zukunftsfähig ist. Der internetbasierte Test analysiert die Stärken und Schwächen Ihres Unternehmens. Anhand verschiedener Parameter wird ermittelt, ob sich die Geschäftsführung mit den zukünftigen Trends auseinander gesetzt hat. Es wird aufgezeigt, was notwendig ist, um zu dem Drittel von Betrieben zu gehören, die in den nächsten Jahren Gewinner sein werden. Gerade auch GaLaBau-Betriebe leiden jetzt schon unter akutem Fachkräftemangel. Da ist es eine essenzielle Aufgabe, den Betrieb attraktiv für Arbeitnehmer und Auszubildende zu halten. Schaut man sich den Arbeitsmarkt an, so wird in den nächsten Jahren rund die Hälfte der kleinen und mittelständischen Betriebe ihre Arbeitsplätze nicht mehr qualifiziert besetzen können. Ob sich ein Betrieb auf diese und weitere Herausforderungen eingestellt hat, beantwortet der neue Unternehmens-Check. Den Test haben wir gemeinsam mit dem Bruchsaler Beratungsunternehmen MCP entwickelt. Anhand von acht Multiple-Choice-Fragen und zwei frei zu beantwortenden Fragen wird ein Kurzgutachten von rund vier Seiten erstellt. Dieses Kurzgutachten zeigt die Stärken und Schwächen des Unternehmens auf. Wie attraktiv der Betrieb für mögliche Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen ist, wird ebenso bewertet wie das Standing innerhalb der Branche. Der Quicktest bleibt jedoch nicht bei der Ist-Analyse stehen. Das Kurzgutachten zeigt Handlungsmöglichkeiten auf. Es gibt praktische Tipps und Hinweise, wie sich der Betrieb für die Zukunft rüsten kann. Die Ergebnisse des Kurzgutachtens erhält der Teilnehmer jedoch nicht allein schriftlich. Das Analyse-Feedback zum „Gesundheitszustand“ des Betriebes ist eingebettet in ein persönliches Gespräch. Das ist sinnvoll, damit Rückfragen und Details direkt und individuell erläutert werden können.



Tabellen: Kurt Nagel, Systeme für Erfolg


Mein Seminartipp für Sie

Ich vermittele diesen Ansatz erstmals beim Frühjahrsseminar am Kolping-Bildungswerk Württemberg e.V. am 28. Februar 2014 in Stuttgart. Weitere Termine in diesem Jahr folgen. Dabei kommen nur erprobte Beratungswerkzeuge zum Einsatz, die sofort anwendbar und so strukturiert sind, dass die gesetzten Ziele auch im hektischen Alltag erreicht werden können. Wir alle wissen, dass zum Erfolg letztlich nur die Realisierung führt. Es ist besser wenige Aktivitäten richtig umzusetzen, als ständig viele Ideen nur im Kopf zu haben. Diese Botschaft bildet die Basis für unser Kolping-Diagnose- und Entwicklungs-System. Der Praxistransfer kann nach den Kurzseminaren (jeweils ab 13.00 Uhr) durch weitere Schritte

sichergestellt werden: Durchführung des Quicktests, Besprechung der Ergebnisse mit dem Unternehmer, gemeinsame Umsetzung der Vorschläge im Betrieb. www.prof-nagel.de


ZUM AUTOR

Professor Dr. Dr. habil. Kurt Nagel („Das PLANT-Prinzip“ und viele weitere Publikationen) war als Chefberater bei IBM Deutschland für die unternehmensinterne Weiterbildung verantwortlich. Gemeinsam mit dem Kolping-Bildungswerk Württemberg in Stuttgart hat er das Institut Prof. Nagel gegründet. www.institut-nagel.de



Der Name ist Programm – seit 35 Jahren!

gruene-software.de



Dataverde GmbH
Albert Brink-Abeler