

Institut für Markentechnik

VERERBT WERDEN MUSS DIE KUNDSCHAFT

MARKENSTRATEGIE. Das Genfer Institut für Markentechnik berät Unternehmensnachfolger, wie eine Marke erfolgreich weitergeführt wird.

Ein wirtschaftlicher Leistungskörper ist einer besonderen Herausforderung dann ausgesetzt, wenn das Unternehmen einem externen Nachfolger übergeben wird. Das bei der Markenführung immer bestehende Spannungsfeld zwischen der Wiederholung erfolgreichen Vorgehens und der Durchsetzung neuer Ideen, wird bei einer solchen Übergabe häufig eine existenziell wichtige Aufgabenstellung. Denn mit neuen Eigentümern kommen neue Manager, andere Ideen sowie fremde Interessen in das Unternehmen.

Die richtige Bewertung des weiteren Vorgehens bei der Markenführung ist häufig für unternehmensfremde Führungskräfte eine schwierige Aufgabe. Den Nachfolgern fehlen verständlicherweise die Kenntnisse von den spezifischen Unternehmensleistungen, die ursächlich sind für den bisherigen Markenerfolg und die dementsprechend besonders beachtet und im Tagesgeschäft gefördert werden müssen. Dazu Thomas Fröhlich, Geschäftsführer des Instituts für Markentechnik Genf: „Markenführung bedeutet belebende Wiederholung, also Kontinuität. Deshalb ist die

Unternehmensnachfolge auch so eine besonders sorgfältig zu regelnde Sache. Die Marke muss weiter entwickelt werden, ohne alles neu zu erfinden.

Vielmehr muss gestärkt werden, was vorhanden ist. Denn nicht allein die Kraft von Führungsetage und Mannschaft sollte vererbt werden, sondern die aufgebauete Zahlungsgemeinschaft – die um die Leistungen herum versammelten Kunden.“ Dafür ist detailliertes Wissen erforderlich. Fakten, die aus der Markenhistorie übernommen werden, bilden die Ausgangsposition.

NÄCHSTE GENERATION

Schwierig kann es auch werden, wenn das Familienunternehmen an die nächste Generation weitergegeben wird. Die Hierarchien sind oft unklar und die ältere Generation kann häufig nicht loslassen. „Da wir einzig die Marke als Auftraggeber verstehen und ihr nachhaltiger Geschäftserfolg das Ziel ist, können wir durch eine sachliche objektive Bewertung und entsprechende Empfehlungen helfen. Trotzdem erfordert die einzigartige Familiensituation häufig großes Feingefühl bei der Vermittlung“, berichtet Fröhlich.

NEUE ANFORDERUNGEN

Und wie agiert man, wenn sich der Lebenszyklus einer Marke scheinbar dem Ende neigt? „Das muss nicht sein“, – davon ist Fröhlich überzeugt: „Wir wissen, dass Marken durch Mobilisierung saniert werden können. Neue Anforderungen (z.B. Technologiewechsel) sollten selbstverständlich antizipiert und ggf. in die Markenleistungen integriert werden. Denn es gibt keine Gesetzmäßigkeit, die das Markenleben grundsätzlich eingrenzt. Je schwächer eine ehemals starke Marke ist, desto größer ist häufig auch das Potenzial für die möglichen Ergebnisse bei einer beherrzten Remobilisierung ihrer Kräfte“.

HEIMIISCHE KUNDEN

Er gründet sich dabei auf die Arbeiten des 1993 in Genf ins Leben gerufene Institut für Markentechnik. Als internationales Beratungsunternehmen für strategische und operative Markenführung unterstützt das Institut Unternehmen bei der Stärkung und Durchsetzung ihrer aufgebauten Markenkörper. Zu den Begleiteten zählen klein- und mittelständische Be-

triebe ebenso, wie internationale Groß-Konzerne. „Auch österreichische Unternehmer nehmen gerne unsere Hilfe in Anspruch. Sie sind im Verhältnis zur Größe des Landes überdurchschnittlich stark vertreten“, so Thomas Fröhlich. Namen nennt er keine, das wäre gegen die strengen Instituts-Richtlinien. Nur soviel: die Unternehmen kommen aus rund 50 unterschiedlichen Branchen.

LÖSUNGSKONZEPTE

Das Institut sieht anständig geführte Markenkörper im Zentrum unserer modernen Gemeinwesen und erarbeitet deshalb auch in seinen Lehrveranstaltungen entsprechende Lösungskonzepte mit den anwesenden Eigentümern und Managern. „Marke ist die Wirkung der erbrachten Unternehmensleistungen. Dementsprechend sind die Führungskräfte im Unternehmen die Markenverantwortlichen, denn nur sie können die Ursachen für die Erfahrungen der Kunden gezielt führen und langfristig sichern. Denn um die Anhänglichkeit der zahlenden Kundschaft geht es“, fasst Fröhlich die Aufgabenstellung zusammen.



Thomas Fröhlich, GF des Instituts für Markentechnik/Genf

„Business Relaxperts“ gegen Burn-out

BERATUNG. Burn-out-Effekte gefährden nicht nur die Gesundheit des Mitarbeiters, sondern können sich bei Klein- und Mittelbetrieben sogar existenzgefährdend auswirken.

Immer mehr Arbeitnehmer leiden an Stress, bis hin zum Burn-out. Die steirische Wirtschaftskammer hat daher im Rahmen ihrer Fachgruppe Unternehmensberatung einen Arbeitskreis gegründet, der sich mit Stressvermeidung beschäftigt. Ziel der „Business Relaxperts“, die von betroffenen Unternehmen ab sofort gebucht werden können, ist es, diese Quote unter den Mitarbeitern zu senken. „Die Aktion wird von den Betrieben sehr gut angenommen“, freut sich Fachgruppenobmann Heinz Michalitsch, „vor allem die kostenlosen Informationsveranstaltungen sind sehr gut besucht.“

guten und engagierten, aber kaum die mittelmäßigen Mitarbeiter betroffen“, so Schaffer. Die Folgen für ein Unternehmen in der Größenordnung von 15 bis 20 Mitarbeitern, das über einen längeren Zeitraum ohne Schlüsselkraft auskommen muss, sind fatal: „Wenn eine Schlüsselkraft mehrere Monate ausfällt, dann kann das vor allem für Klein- und Mittelbetriebe existenzgefährdend sein“, sagt Kunibert Schaffer, der den Arbeitskreis leitet. Rund sechzig Prozent aller Krankenstände seien auf Stress- und Burn-out-Symptome zurückzuführen.

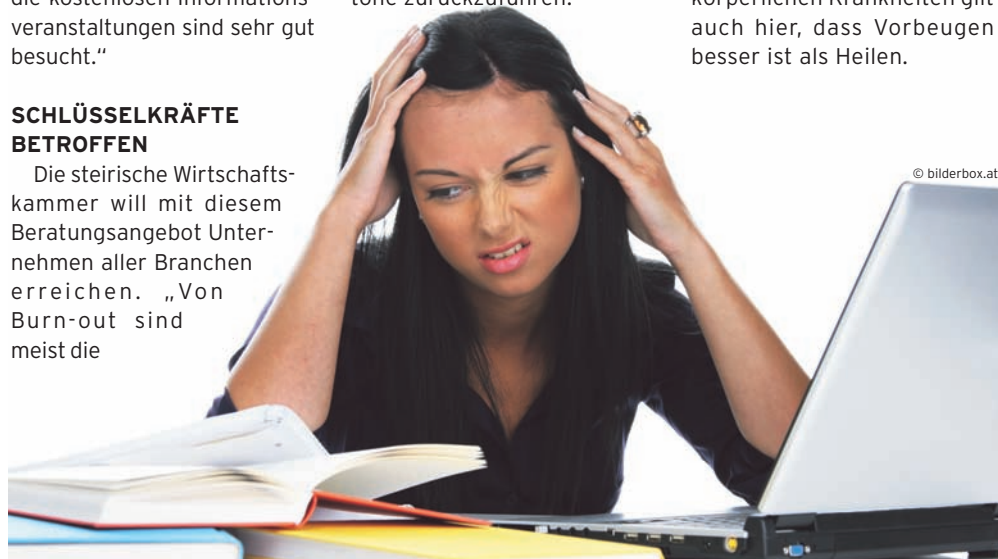
EIGENFINANZIERUNG

Der Beratungsinhalt der „Business Relaxperts“, zu denen Psychologen und Unternehmensberater gehören, umfasst Inhalte von der Analysephase, Erlernen verschiedener Entspannungstechniken bis hin zu Workshops für Führungskräfte und Yoga-Seminare.

Bezahlen muss das Unternehmen die Beratung allerdings selbst, doch das Geld sei gut investiert, so Schaffer: „Wenn ein Mitarbeiter wegen Burn-outs ausfällt, kostet das ein Vielfaches.“ Und wie bei körperlichen Krankheiten gilt auch hier, dass Vorbeugen besser ist als Heilen.

SCHLÜSSELKRÄFTE BETROFFEN

Die steirische Wirtschaftskammer will mit diesem Beratungsangebot Unternehmen aller Branchen erreichen. „Von Burn-out sind meist die



Schweizer Qualität bedeutet auch Dynamik. Für Ihren Erfolg beim weltweiten Postversand.

Swiss Post bietet Ihnen grenzüberschreitende Versandangebote, die Ihr Geschäft noch erfolgreicher machen. Ob Tagespost, Direct Mailings, Zeitungen, Zeitschriften oder Kleinwaren, auf uns können Sie sich verlassen. Mit unserer Flexibilität, Innovationskraft und Zuverlässigkeit stehen wir Ihnen als Partnerin beim internationalen Versand zur Seite. Mehr Infos erhalten Sie unter der

Gratisnummer 0800 070 700 oder www.swisspost.at

Excellence delivered.

