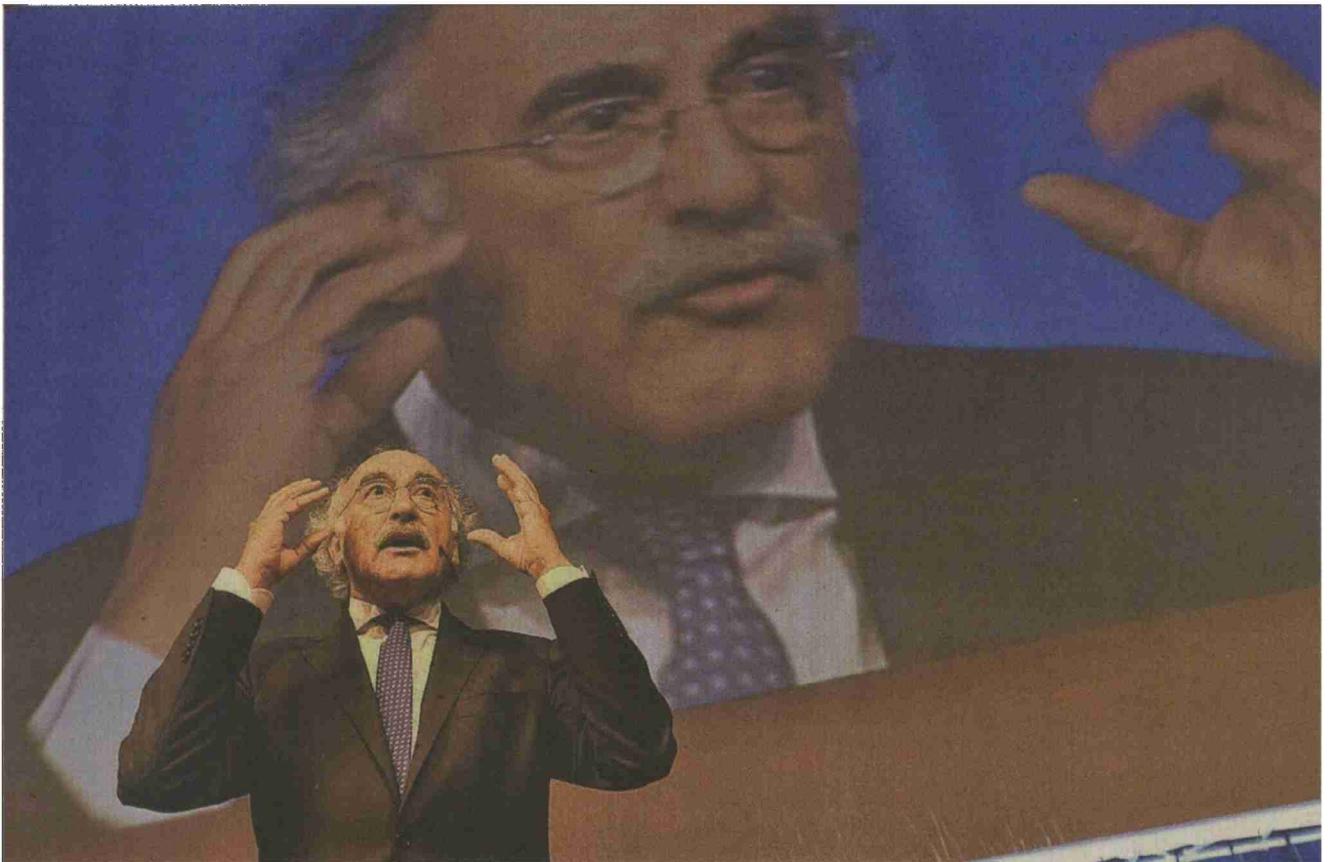




Besinnung auf das Wesentliche

Sich in einem komplexen Umfeld auf das Wesentliche besinnen: Dies war das Motto des Schweizer KMU-Tages auf dem Olma-Gelände. Die Gastreferenten beleuchteten das Thema aus verschiedenen, teils sehr unkonventionellen Blickwinkeln.



Liest aus Gesichtern: Der Coach Pietro Sassi erläuterte am KMU-Tag seine unkonventionelle Methode für mehr Menschenkenntnis.

TOBIAS HÄNNI

ST. GALLEN. Die Besinnung auf das Wesentliche geschieht manchmal im Schlaf. Dies eine eher amüsante Erkenntnis der Umfrage, die im Vorfeld des gestrigen KMU-Tages in der Olma-Halle 9 mit den teilnehmenden Führungskräften von kleinen und mittleren Unternehmen durchgeführt wurde. Zum achtenmal fand der KMU-Tag statt – dieses Jahr unter dem Titel «Zwischen Anspruch und Wirklichkeit – die Be-

sinnung auf das Wesentliche».

Die Feinde der Wesentlichkeit

«Wesentliche Aspekte Ihrer Arbeit sind die Kunden, die Strategie, die Qualität und die Mitarbeitenden», fasste Urs Fueglistaller, Direktor des KMU-Instituts der Universität St. Gallen und Vater des KMU-Tages, in seiner Eröffnungsrede die Ergebnisse der Umfrage zusammen. Mehr als die Hälfte der Anwesenden hatte daran teilgenommen. Die Gründe,

warum sich Führungskräfte im betrieblichen Alltag nicht mehr auf das Wesentliche fokussieren können, seien gemäss der Studie unnötig viele Meetings, Personalknappheit und dringliche Aufgaben, sagte Fueglistaller weiter.

Wie Unternehmer diese Hürden überwinden und sich auf das Wesentliche konzentrieren können, erfuhren die über 1000 Teilnehmer von den Gastreferenten. Mit ihren verschiedenen Hintergründen und Praxiserfahrungen



gingen diese auf unterschiedlichste Weisen auf das Thema ein.

Am Kunden orientieren

Für Martin Reithebuch etwa ist die Kundenorientierung der wesentliche Erfolgsfaktor für ein Unternehmen. «Man kann nur zu wenig, nicht zu viel für den Kunden tun», sagte der Geschäftsführer der Service 7000 AG, eines Servicedienstleisters für Haushaltsgrossgeräte mit Sitz in Netstal im Kanton Glarus.

Eine wesentliche Aufgabe in seiner Rolle als Chef sei es, die kundenorientierte Servicekultur im Unternehmen vorzuleben. Damit der Kunde zufrieden sei, müsse ausserdem das Personal Spass an der Arbeit haben – und stets freundlich sein. «Bei uns ist fast alles entschuldbar. Nur Unfreundlichkeit wird nicht geduldet», erläuterte der Patron die Personalpolitik seiner Firma.

Zentral seien aber auch kleine Details und Manieren im Kontakt mit den Kunden – etwa, dass die Techniker ihre Tasche in der linken Hand tragen, damit sie den Kunden die Hand schütteln können. Insgesamt seien begeisterte Mitarbeiter das Wichtigste in seiner Branche, sagte Reithebuch.

Fähigkeiten im Gesicht lesen

Auf unkonventionelle Art und Weise ging Pietro Sassi auf das Thema ein. Die zwischenmenschliche Kommunikation sei ein zentraler Aspekt der Geschäftstätigkeit. Aus dem Gesicht des Gegenübers dessen Wesen lesen ist für den selbständigen Coach für Menschenkenntnis deshalb eine wichtige Fähigkeit. «Aus dem Gesicht kann man alles lesen», behauptete Sassi und demonstrierte sein «physiognomisches Abc» an einem Freiwilligen aus dem Publikum. Aus den Gesichtszügen des Mannes «las» Sassi dessen Fähigkeiten und Charaktereigenschaften. Aus dem breiten Nasenrücken schloss er etwa auf eine psychische Belastbarkeit. Und der grosse Abstand zwischen Nase und Mund signalisierte für Sassi einen wohlwollenden Dominanzanspruch. «Wenn man das Gesicht des Gegenübers richtig liest, kann man seine Kommunikation besser auf dessen Fähigkeiten und Charaktereigenschaften ausrichten», sagte Sassi.

Das Orchester als Unternehmen

Ebenfalls überraschende Akzente setzte der Dirigent, Produ-

zent und Unternehmensberater Christian Gansch. Der Österreicher wies in seinem Referat auf die Parallelen zwischen Unternehmen und Orchestern hin. «Auch in einem Orchester bestehen komplexe unternehmerische Strukturen und Führungsebenen», erklärte Gansch, der seine Ausführungen durch musikalische Beispiele unterstrich.

Hinter der emotionalen Wirkung eines Konzerts stecke ein präzises Zusammenspiel zwischen den Instrumentengruppen. Dieses Zusammenspiel wünsche er auch den Unternehmen, in denen oft die eine Abteilung Brahms spiele, während es der anderen nach Mozart sei. «Aufeinander hören, miteinander handeln – trotz Individualität», schloss Gansch sein Referat.

WÖRTLICH

«Mädchen für alles»

In meiner Firma stehen die Servicetechniker eigentlich zuoberst in der Hierarchie, da sie im direkten Kontakt mit den Kunden stehen. Mich selbst sehe ich mehr in der Rolle des Mfa – des Mädchens für alles.

Martin Reithebuch