



dossier



Unternehmensberatung



Herausgeber
Oliver Jonke
[o.jonke@medianet.at]

Editorial

You are not alone

Liebe Leserinnen und Leser!

Sie haben beschlossen, Verantwortung zu tragen und führen ein Unternehmen? Dann haben Sie möglicherweise auch schon die Erfahrung gemacht, dass es mitunter Situationen gibt, in denen Sie sich Unterstützung bei der Entscheidungsfindung gewünscht haben. Einen Sparringpartner, einen vertrauenswürdigen, aufmerksamen Zuhörer, einen Freund, der Ihnen ehrliches Feedback gibt und sein professionelles Know-how mit Ihnen teilt.

Natürlich finden Sie im Idealfall diese Ansprechpartner in Ihrem Team, doch die unternehmerische Realität zeigt immer wieder, dass einige Probleme nicht mit denselben Denkmustern lösbar sind wie jene, durch die sie ursprünglich entstanden sind. Die Lösung so mancher Aufgaben macht eine neutrale Sicht von außen erforderlich: genau dafür gibt es Unternehmensberatung.

Für Kostenrechnung, Personalwesen, Preis- und Sortimentspolitik, Unternehmensbewertung, Changemanagement im digitalen Wandel, Vertriebsstrategien oder die Definition von Prozessabläufen uvm.

Sie haben eigentlich alles im Griff und sehen zurzeit nicht, in welchem Bereich Sie Unterstützung bräuchten? Oft gibt es dennoch zusätzliches Potenzial für Verbesserungen ... Hier ein Beispiel: Das Gallup Institut hat 2012 in einer Befragung von Unternehmen in 34 Ländern erhoben, dass hohe emotionale Bindung von Mitarbeitern ans Unternehmen die Produktivität um durchschnittlich 21% und die Rentabilität sogar um 22% erhöht. Auch Fredrickson und Losada haben in ihrer 2005 publizierten Studie den Zusammenhang zwischen wertschätzendem Umgang und signifikant besseren Unternehmensergebnissen nachgewiesen. Doch Achtung: Sehr häufig kor-

reliert die Einschätzung über den eigenen Führungsstil nicht mit der Wahrnehmung der Mitarbeiter. Die gute Nachricht ist allerdings, dass man das gezielt verbessern kann, wie Reinhard Haller in „Das Wunder der Wertschätzung“ beschreibt. Er empfiehlt die gezielte Implementierung und nachhaltige Sicherstellung von Wertschätzungskultur in allen Unternehmensbereichen.

Lernen Sie in diesem Dossier verschiedenste Aspekte zum Thema Unternehmensberatung näher kennen. Es entstand im Auftrag der Berufsgruppe Unternehmensberatung in der Wiener Fachgruppe für Unternehmensberatung, Buchhaltung und Informationstechnologie (UBIT) unter Mitwirkung von Experten aus der Praxis.

Eine gewinnbringende Lektüre wünscht Ihnen
Oliver Jonke



Dossier: Unternehmensberatung

Coverfoto: © PantherMedia/Wavebreakmedia Ltd.

Inhalt

3 **Zukunft gestalten**
KMU verstehen

4 **Persönlich soll es sein!**
Der Round Table über gute Unternehmensberatung



© Katharina Schiffl

9 **Es muss verkauft werden**
Fünf geniale Tipps, wie KMU ihre Absatzchancen erhöhen

10 **(Firmen-)Kultur wirkt immer**
Zentraler Wettbewerbsfaktor

11 **Gesunde Verbesserungen**
BGM bringt mehr Erfolg

12 **Da hast Du's!**
Hilfe bei der Firmenübergabe



© PantherMedia/avemario

13 **DSGVO: Besser als ihr Ruf ...**
... bei richtigem Einsatz

14 **Der wahre Wert**
UBIT-Experten kennen ihn

16 **Großes Wachstum**

Impressum

Medieninhaber:

medianet Verlag GmbH
1110 Wien, Brehmstraße 10/4. OG
<http://www.medianet.at>

Diese Sonderausgabe wurde von **medianet** unter Mitwirkung der UBIT Wien erstellt.

Konzept: Oliver Jonke (Herausgeber)
Kontakt: o.jonke@medianet.at

Leitender Redakteur dieser Ausgabe:
Paul Christian Jezek (pj)

Lektorat: Christoph Strolz **Grafik/Produktion:** Raimund Appl, Peter Farkas **Fotoredaktion/Lithografie:** Beate Schmid **Druck:** Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., 3580 Horn
Erscheinungsort: Wien **Stand:** Oktober 2019

Für den Inhalt verantwortlich:
Berufsgruppe Unternehmensberatung der Fachgruppe UBIT Wien, Claudia M. Strohmaier



Abo, Zustellungs- und Adressänderungswünsche:

abo@medianet.at
oder Tel. 01/919 20-2100

Unternehmensberater gestalten Zukunft

Unternehmensberater artikulieren und verstehen die Sprache der KMU – das bringt neue Erfahrungen und Erkenntnisse und verhilft zu gewünschtem Erfolg.

Vorwort

••• Von Claudia M Strohmaier

WIEN. Die Wiener Unternehmensberater genießen bei den kleinen und mittelgroßen Unternehmen (KMU) ein hohes Vertrauen. Das zeigt sich nicht nur anhand von Umfragen, sondern auch anhand der unzähligen persönlichen Kundengespräche, die wir täglich führen. Denn nur wer zuhört, kann auch verstehen. Unternehmensberater sind keine Glücksritter, sondern

”

Eine externe Einschätzung bringt KMU die nötige Klarheit, weil wir Zusammenhänge sichtbar machen.

“

top ausgebildete Profis mit akademischer Vorbildung. Zumeist haben sie Jus oder BWL studiert – und was genauso wichtig ist: Sie sind keine Theoretiker, sondern Praktiker. Denn nur wer in der Wirtschaft selbst praktische Erfahrungen gesammelt hat, kann KMU Ratschläge erteilen, wie sie ihren Betrieb künftig noch erfolgreicher leiten können. Das unterscheidet uns von anderen und darauf sind wir stolz. Zugleich tragen wir diesen Stolz nicht vor uns her



© Anja-Lene Meichert

wie eine Monstranz, sondern lassen viel lieber unsere Kunden zu Wort kommen.

(Noch) Mehr miteinander

Im Rahmen eines Round Tables erzählen KMU in medianet von ihren Erfahrungen mit Unternehmensberatung, was sie daran schätzen und wie sich unsere Berufsgruppe weiter verbessern kann. Wir sollten generell viel mehr *miteinander* reden, statt übereinander. Ein Round Table ist eine gute Gelegenheit für KMU, sich von anderen Betrieben inspirieren zu lassen. Die Zusammensetzung der Teilnehmer zeigt, wie bunt unsere Unternehmenslandschaft ist. Zu Wort kommen eine Gründerin mit Wachstumsideen, eine Übernehmerin eines Traditionsbetriebs sowie ein Dienstleistungsunternehmen

Expertin

Claudia M Strohmaier ist Sprecherin der Berufsgruppe Unternehmensberatung in der Wiener Fachgruppe für Unternehmensberatung, Buchhaltung und Informationstechnologie (UBIT).

mit einer besonderen Begabung in der Personalführung.

Dass Unternehmensberater nicht nur Hirn haben, sondern auch Herz, beweist das Engagement unserer Berufsgruppe beim Projekt „UBIT hilft“: Seit 2015 werden kleine Vereine und ehrenamtliche Initiativen unter anderem in Form von kostenloser Unternehmensberatung unterstützt, wobei diese Arbeit freiwillig und großteils ehrenamtlich verrichtet wird.

Das wahrscheinlich wichtigste Asset unserer Berufsgruppe

ist aber unser starker Fokus auf die *Zukunftsplanung*. Während Geschäftsberichte immer Abbild davon sind, wie in der Vergangenheit gewirtschaftet wurde, denkt unsere Berufsgruppe schon zwei Schritte weiter. Unternehmensberater wissen unter anderem, wie KMU den Sprung ins digitale Zeitalter schaffen, wie sie mittels Vertriebsberatung ihre Absatzchancen erhöhen und welche Kennzahlen sie bei der Steuerung ihres Betriebes besonders im Auge behalten sollten. Wir Unternehmensberater sprechen eine klare Sprache. Es ist die Sprache der österreichischen Klein- und Mittelbetriebe. Wir freuen uns darauf, mit den Unternehmen weiterhin mit vollem Engagement gemeinsam ein Stück des Weges zu gehen.



© Katharina Schiffl

Gute Unternehmens- Beratung ist persönlich

Was feine Unternehmensberatung ausmacht, wurde im Experten-Round Table mit **medianet**-Herausgeber Oliver Jonke auf den Punkt gebracht. Ein Erfahrungsaustausch aus der Praxis.

Nah am Kunden

Doris Brandner, Claudia M Strohmaier,
Oliver Jonke, Claudia Rauhofer,
Wolfgang Trenker (v.l.).



••• Von Georg Sander

Die Gründung und die Führung eines Unternehmens stellen oftmals eine große Herausforderung dar. Gut, dass es viele engagierte Unternehmensberater gibt, die sich auf die individuellen Bedürfnisse ihrer unterschiedlichsten Klienten gut einstellen können und mit Rat und Tat zur Seite stehen. Dabei gestaltet sich die Ausgangslage des Beratungsmandats sehr unterschiedlich. So manchen Betrieb gibt es beispielsweise schon

seit Jahrzehnten, andere wurden erst jüngst gegründet und wieder andere stehen vor einer noch zu definierenden Nachfolgeregelung.

Das sind alles komplett unterschiedliche Herausforderungen, weiß Claudia M Strohmaier nur allzu gut. Sie ist mit Leib und Seele Unternehmensberaterin sowie auch Berufsgruppensprecherin der Unternehmensberater in der UBIT Wien.

Sie kennt die Anforderungen, die das Wirtschaftsleben an die Unternehmen stellt, und kann mit langjähriger Erfahrung zur Seite stehen – egal, ob es sich

Die Teilnehmer

Doris Brandner
Geschäftsführerin
Tapezierer Brandner GmbH

Claudia Rauhofer
Geschäftsführerin
Claudia Rauhofer
Handels GmbH

Claudia M Strohmaier
Unternehmensberaterin
CMS Consulting e.U.

Wolfgang Trenker
Geschäftsführer
IT92 IT Beratung
und Vertrieb GmbH

Moderation: Oliver Jonke
Herausgeber medianet

dabei um die Gründung, Übernahme, Finanzierung, Expansion, die Herausforderungen der Digitalisierung oder die richtige Auswahl der Mitarbeiter handelt.

Doch was macht eine Unternehmensberaterin eigentlich?

„Wir Unternehmensberater können eine große Breite abdecken und sind in der Regel kleine, engagierte Einheiten. Wir Praktiker wollen wirklich genau wissen, was die Themen sind“, umreißt die studierte Betriebswirtschaftlerin ihren Arbeitsbereich. Seit 2001 ist sie Unternehmensberaterin und es



”

Wir Unternehmensberater können eine große Breite abdecken und sind in der Regel kleine, engagierte Einheiten. Wir Praktiker wollen wirklich genau wissen, was die Themen sind.

Claudia M Strohmaier

“



”

Der Umstieg war reibungslos, es ging vom Angestelltenverhältnis in den Betrieb. Möbel schleppen statt im Büro sitzen! Da hat mir bei der Betriebsübernahme die Unternehmensberatung sehr geholfen.

Doris Brandner

“



© PantherMedia/Andriy Popov

ist „eine Freude, dabei zu sein, wenn Unternehmen erfolgreich wachsen.“

Begleitung bei der Veränderung

Ein guter Unternehmensberater kann den Firmen einen 360-Grad-Blick bieten, der von außen kommt. Denn, da sind sich alle einig, dieser liegt nicht immer vor, wenn man tagtäglich im Betrieb ist. Aber: „Ich kann nicht meine Vorstellung darüberstülpen. Die erste Aufgabe ist es, wahrzunehmen, in welcher Situation die verantwortlichen Personen sind.“

Dabei ist die Unternehmensberatung mit unterschiedlichsten Themen konfrontiert. Doris Brandner etwa übernahm den Tapeziererbetrieb ihrer Eltern.

Sie kam aus dem SAP-Bereich und hatte eigentlich keine Erfahrung im Tätigkeitsbereich eines kleineren Gewerbebetriebes. „Es ging vom Angestelltenverhältnis in den Betrieb. Möbel schleppen statt gemütlich im Büro sitzen, war mein neues Leben“, erinnert sie sich. Claudia M Strohmaier meint, sie musste zunächst einmal auch die privaten Verflechtungen sehen; es sei die Übernahme eines Familienbetriebs eben schwieriger, als

wenn man einen Betrieb einfach nur übernehme. Eine Kernfrage war, wie die Kompetenzen in Zukunft genutzt werden.

Der Blick von außen war sehr hilfreich: Die Tochter wurde Geschäftsführerin und die Mutter wurde weiterhin eingebunden, ohne dass die Chef-Frage gestellt wurde. „Da hat mir die Unternehmensberatung bei der Übernahme der Betriebsführung sehr geholfen.“

Anders gestaltete es sich bei Claudia Rauhofer, die das „Strictly Herrmann“ gründete. Sie wollte eine Idee, die abseits des normalen Shoppings liegt, realisieren: einen Store, in dem Männer alles finden, was sie brauchen – an *einem* Ort. Dazu gibt es noch eine Galerie und eine Eventlocation im Untergeschoss, also ein einzigartiges Konzept. Kein Problem! Die gute Stimmung zwischen Unternehmensberaterin Strohmaier und Chefin Rauhofer war spürbar. Das Gesamtkonzept überzeugte die Unternehmensberaterin, und bereits in der Anfangsphase war der Nutzen ersichtlich: „Es liegt sehr viel Vorarbeit drinnen. Zeit, Vorlaufzeit, Konzept sind wichtig. Ich mache heute Liquiditätspläne,



berücksichtige, was sich ausgeht und was nicht.“ Rauhofer selbst war schon Managerin, überblickte 18 Mitarbeiter – eine Herausforderung, genau so wie die Gründung eines Geschäfts.

Hier half Strohmaier: „Ich bereite Informationen auf, damit der Unternehmer die Entscheidungen treffen kann.“

Begeisterung

Einen weiteren wichtigen Aspekt spricht die Chefin von Strictly Herrmann an: „Wenn man sich reinarbeitet, sich etwas überlegt und begeisterungsfähig ist, ist es egal, was man macht.“ Es geht aber auch um nicht zu unterschätzende Details. Wolfgang Trenker von IT92 war schon lange im Geschäft, bevor er sich entschied, nicht nur IT-Dienstleister zu sein, sondern auch auf den Handel zu setzen. „Vorher war ich nur Dienstleister und hatte Partner, alles, was mit Handel zu tun hatte, war outsourced.

Das musste ich dann nachher selbst machen. Man hat es mit viel Projektkapital zu tun. Nach der Analyse von Frau Strohmaier war mir klar, dass ich mit einer GmbH einen Polster

haben und so das Risiko herausnehmen kann. Ich wusste, es konnte nur so gehen. Es ist dann so, dass man als GmbH deutlich professioneller auftritt; da wird man von Kunden, Banken oder Lieferanten ganz anders wahrgenommen.“

Blick in die Zukunft

Bei der Finanzierung muss stets abgewogen werden, was möglich ist. Hierbei hilft insbesondere die Unternehmensberatung, die auf Basis von Zahlen einen Blick in die Zukunft wirft.

„Es kommt immer auf den konkreten Fall an. Bei einem Tapeziererbetrieb ist das etwas anderes als im Dienstleistungssektor“, erläutert Strohmaier.

„Wie viel Umsatz gibt es? Das ist das Wichtige in der Dienstleistung. Im Gewerbe geht es um Deckungsbeiträge bzw. Roherträge.“ Hier gilt es dann, genau das gegenseitige Vertrauen an den Tag zu legen.

Es gibt Verschwiegenheitsvereinbarungen, weil die Unternehmensberatung freilich alle Informationen braucht.

„Ich habe in 18 Jahren kein Unternehmen getroffen, das mit anderen vergleichbar war“,



”

Wenn man sich reinarbeitet, sich etwas überlegt und begeisterungsfähig ist, ist es egal, was man macht.

Claudia Rauhofer

“



© Katharina Schiffl (2)

”

Auch in der IT-Branche gilt: Unsere Arbeit ist die beste Werbung! Wir leben als einer der wenigen nur von Mundpropaganda.

Wolfgang Trenker

“



© Katharina Schiffl

Gute Unternehmensberatung ist persönlich! Claudia M Strohmaier, Doris Brandner, Oliver Jonke, Claudia Rauhofer, Wolfgang Trenker (v.l.).

beschreibt die Unternehmensberaterin die Unterschiede, welche die eigene Arbeit so spannend machen und zu individuellen Lösungen führen.

Etwa bei Expansionen. Claudia Rauhofer sagt: „Wenn man expandieren will, muss man genau zuhören, was der Kunde möchte und was nicht. Ich denke an eine Erweiterung, überlege sogar Franchise.“

Das macht sie gemeinsam mit ihrer Unternehmensberaterin. Vor allem kommen in der Finanzierung immer neue Aufgaben hinzu. Mit diesen rechnet der Chef natürlich, aber es ist dennoch ein Mehraufwand, der gut analysiert sein will.

Nach der Arbeit Buchhaltung

„Wenn man das erste Mal mit Buchhaltung, Deckungsbeiträgen und Co. konfrontiert wird, hebt man sich das oft für einen verlängerten Abend nach den Geschäftszeiten auf“, erinnert sich Wolfgang Trenker.

Und auch hier greift Unternehmensberatung! Es werden Zahlen geprüft, Tipps gegeben, und ein Mensch steht mit Rat und Tat zur Seite. Wer gut vorbereitet ist, kann da auch besser reagieren, meint Trenker.

Denn „ich habe das Unternehmen seit 13 Jahren. Da gibt es Höhen und Tiefen. Mit den fundierten Zahlen und dem Input meiner Unternehmensberaterin ist die Reaktion einfacher.“

Natürlich macht die Digitalisierung auch vor der Unternehmensberatung nicht halt. Die bringt sehr viele Vorteile mit sich, etwa, dass man via MS Teams – ohne am selben Ort zu sein – gemeinsam in ein Online-Dokument hineinarbeiten kann.

Kennen und vertrauen muss man einander aber schon vorher, sagt Strohmaier: „Es ist unmöglich, den persönlichen Kontakt zu ersetzen.“

Kundennähe

Wolfgang Trenker, als IT-Dienstleister ohnehin Experte im Bereich Digitalisierung, kann da auch aus seiner Erfahrung sprechen: „In der IT gibt es eine Fülle von Mitbewerbern, da muss man sich behaupten. Eine Grunddevise ist es, sehr nah am Kunden zu sein. Ich könnte mein Geschäft auch so betreiben, dass mich der Kunde nie sieht. Aber wir wollen den persönlichen Kontakt. Ich sitze ihm gegenüber, wenn man etwas entwickelt oder sich einen Auftrag abholt – und wenn es ein Problem gibt. Das zeichnet uns als KMU aus. Die Kundennähe wird in Zukunft ein Garant für den Geschäftserfolg sein.“

Ebenso wichtig wie der Umgang mit der Digitalisierung – wenn nicht sogar wichtiger – ist die Auswahl der Mitarbeiter, die neu ins Team kommen sollen. Denn die vielen Klein-

und Mittelunternehmen leben, wie Trenker richtig ausführt, vom Kundenkontakt. Der muss passen, für Tapeziererbetriebe ebenso wie für Verkaufslokale. Lebensläufe spielen da eher nur in der Vorauswahl eine Rolle.

Trenker nimmt sich viel Zeit, um in längeren Einstellungsgesprächen herauszufinden, wie ein möglicher neuer Mitarbeiter „tickt“. Brandner mag es, wenn Lehrlinge später bleiben und ihren Karriereweg im Unternehmen fortsetzen können. Unternehmensberaterin Strohmaier weiß aber auch: „Es kann schon sein, dass man mal auf falsche Mitarbeiter gesetzt hat. Wenn man sich unpassende Leute auswählt, ist das aber nicht unbedingt die Schuld des jeweiligen Mitarbeiters, wenn es nicht gut geht, sondern jene des Unternehmers.“

Claudia Rauhofer hat damit Erfahrungen gemacht: „Ich bin auch schon mal baden gegangen und musste eine fristlose Entlassung aussprechen.“

Doris Brandner hat auch unterschiedliche Erfahrungen gemacht: „Wir sind ein klassischer Handwerksbetrieb. Mancher lehnt Verantwortung ab. Die Motivation ist der Sicherheitsaspekt. Unsere Angestellten sind loyal zum Unternehmen. Man muss auf den Mitarbeiter schauen, das nächste Personal bilde ich mir selbst aus. Ich sehe meine Aufgabe

auch darin, wie ich jemanden fördern und ausbilden kann.“

Trenker ergänzt: „Wenn sich die Mitarbeiter wohlfühlen, ist das gut für das Unternehmen.“

Ein Angestellter, der sich wohlfühlt, bringt in der Regel auch exzellente Leistungen; in einem kleinen Unternehmen ist das unglaublich wichtig.

Wir sind in unserer Struktur sehr darauf angewiesen, dass die Mitarbeiter bei den Kunden arbeiten können. Es klappt – das sehen wir auch am Umstand, dass unsere Kunden uns sehr lange begleiten.“

Darum ist es eben wichtig, sich das Auge von außen dazuzuholen, wie Strohmaier festhält: „Man bezahlt Mitarbeiter gut, freut sich, kann schon Glück haben. Ich glaube, es ist meine Aufgabe als Unternehmensberaterin, die Themen kritisch mitzudenken, auch wenn es die Unternehmen manchmal nicht gleich so sehen.“

Gründung, Übernahme, Expansion, Finanzierung, Personal, etc.: Dafür gibt es in Wien rund 7.500 Unternehmensberater.

In Wien kann man zudem jährlich Zuschüsse bekommen, um Unternehmensberater zu konsultieren. Entscheidend ist, dass die Chemie passt.

Die richtige Unternehmensberatung geht eben über Zahlen und Fakten hinaus, spürt in Menschen und Betriebe hinein.

Es muss verkauft werden

Heutzutage sind effektive Maßnahmen für den digitalen Vertrieb zwingend notwendig. Hier sind fünf geniale Tipps, wie KMU ihre Absatz-Chancen erhöhen.

WIEN. Mundpropaganda, hervorragende Produkte und persönlicher Service sind für KMU auch 2019/20 sehr wichtige Grundvoraussetzungen für den Unternehmenserfolg. Der Radius an potenziellen Kunden lässt sich noch sehr deutlich vergrößern, wenn es eine ausgeklügelte digitale Vertriebsstrategie gibt; dafür ist die Einbindung in ein Gesamtkonzept inkl. den dafür notwendigen Kalkulationsmaßnahmen ein absolutes Muss.

Im Vertriebskonzept sollten weiters die Zielgruppen und -märkte, die Vertriebsziele und der Mehrwert der eigenen Produkte oder Dienstleistungen im Vergleich zur Konkurrenz dargestellt werden – und bei der Vertriebsstrategie selbst spielt die Technik dahinter eine immer wichtiger werdende Rolle.

1. „Komm mit auf eine Reise!“

Ein ganz wichtiger Begriff für den digitalen Vertrieb ist die Customer Journey, also die Reise, während der die Kunden mit einem Produkt oder einer Dienstleistung in Berührung kommen.

Ein Gastkommentar kann dazu dienen, ein Produkt bekannt zu machen, ein Newsletter dient der Erinnerung, die Firmen-Website liefert vertiefende Informationen, und mittels Internet-Link könnten die potenziellen Kunden zum Bestellformular weitergeleitet werden.

Und im Anschluss an die Lieferung erfolgt per E-Mail dann noch die Bitte um Abgabe einer Bewertung, wodurch wieder neue Kundenkreise generiert werden können. Beim E-Mail-Versand gilt es allerdings ein paar Dinge zu beachten: Verwenden Sie im Betreff Begriffe, die Neugier wecken, aber überreiben Sie nicht. Wählen Sie



ein ansprechendes Newsletter-Design und vergessen Sie nicht auf den Call-to-Action-Button, der die Besucher animiert, den nächsten Schritt zu setzen.

2. Die Website finden können

Professionelle Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist heutzutage ein absolutes Muss! Ergänzend dazu, können auch Werbemöglichkeiten in Suchmaschinen (SEA) genutzt werden.

Als Faustregel gilt: Ist man eher bereit, mehr Zeit zu investieren, sollte man auf kostenlose Search Engine Optimization (SEO) setzen. Will man stattdessen eher Geld investieren, ist Search Engine Advertising (SEA) die erste Wahl. Weiters müssen Website und Newsletter „responsive“ sein, d.h. sowohl am PC als auch am Handy und Tablet ansprechend aussehen.

3. Kostenlos in Google Maps

Vor allem in Ballungszentren kann der kostenlose Eintrag in Google Maps und anderen

Firmenverzeichnissen den potenziellen Kundenkreis deutlich vergrößern.

Wichtig ist auch die Hinterlegung von ansprechenden Unternehmensbildern sowie die laufende Aktualisierung, falls sich z.B. die Öffnungszeiten ändern.

4. Der eigene Webshop

Digitale Vertriebsaktivitäten dienen auch zum Geschäftsabschluss über den eigenen Webshop; einfach zu realisieren ist dieser über Plug-ins wie z.B. WooCommerce. Plug-ins sind Zusatzmodule für das Content Management-System WordPress, wobei für WooCommerce zahlreiche Erweiterungen angeboten werden. Ein wesentlicher Vorteil gegenüber dem Vertrieb mittels Plattformen großer Onlinehändler: Beim Verkauf über die *eigene* Website müssen keine Provisionen bezahlt werden.

Zu beachten ist dabei unbedingt die Einhaltung der Informationspflichten nach dem E-Commerce-Gesetz. Da

kommen ein paar Stunden Unternehmensberatung wesentlich günstiger, als eine teure Abmahnung zu riskieren.

5. Mit Vertrauen punkten

Das Verbreiten lästiger Werbetexte im Internet ist dem Vertriebsziel in der Regel weniger dienlich als die Bereitstellung von nützlichem Content und hilfreichen Tipps. Noch dazu sind diese Ratschläge mit weit weniger Kosten verbunden als die Schaltung von Werbebannern.

Ein „kleiner“ Waschmaschinenhändler könnte z.B. dadurch seine Auffindbarkeit bei Suchmaschinen erhöhen, indem er einen nützlichen Ratgeber für die Entfernung hartnäckiger Flecken erstellt. Glaubwürdigkeit ist nicht nur in der Offlinewelt ein hohes Gut, sondern auch in der Onlinewelt: Eine sichere Verschlüsselung der Website signalisiert auch Vertrauen und ist daher ebenfalls dem Vertriebsziel dienlich! (pj)

Kultur wirkt immer

Einer der zentralen Wettbewerbsfaktoren für die Erschließung größerer Märkte, für neue Geschäftsmodelle, bessere Qualitätsstandards und vieles mehr.

WIEN. Der Arbeitskreis Initiative Unternehmenskultur der WK Wien, Fachgruppe UBIT, macht Unternehmenskultur in Organisationen bewusst und professionell zugänglich – von der Vision bis zur konkreten Umsetzung.

Dabei wird der Fokus auf Methoden zur Analyse, Gestaltung und Entwicklung von Unternehmenskultur in Organisationen gerichtet. Dazu drei konkrete Fallbeispiele:

„Die Landesfürsten und ihr Kaiser“

Klientensystem: österreichischer Konzern mit Landestöchtern in allen wichtigen Ländern in CEE-Central & Eastern Europe; Zielgruppe: zuerst Top-Management aus dem österreichischen Headquarter und den Töchtern (20), dazu gehobenes Management der Landestöchter (insgesamt ca. 200).

Vorgefundene Unternehmenskultur: starke Zentrale und starke, erfolgreiche dezentrale Landestöchter kämpfen um Strategiehoheit; patriarchalische Kultur.

Entwicklungsmaßnahmen: zuerst OutDoor-(ODTT-)Teamtraining mit Tops im Wienerwald, dann interaktiver Mega-Event mit 200 Managern aus rund



© Panthermedia/Wavebreakmedia Ltd.

zehn Ländern auf der Donauinsel.

Ergebnis: Das gesamte Management wurde auf eine gemeinsame Konzernstrategie eingeschworen.

„Entscheidungen am Fließband“

Klientensystem: österreichisches World Competence Center eines internationalen Konzerns; Zielgruppe: 1.200 Fließbandarbeiterinnen und ihre Meister.

Angestrebte neue Unternehmenskultur: Produktion arbeitet in TAG = Teilautonomen Arbeitsgruppen, d.h. von den Arbeiterinnen wird in der bottom line so viel wie möglich selbst entschieden und durchgeführt, was eine fundamentale Kulturänderung darstellt.

Entwicklungsmaßnahmen: Einschulung der Meister, dann ODTT für alle ca. 100 Fließbandteams in den Schichtzeiten am Firmengelände, moderierte

Begleitung der Umsetzung während ca. 2,5 Jahren.

Ergebnis: Das beste Ergebnis in allen Key Performance Indicators (KPIs) und der österreichische Standort konnte gesichert werden.

„Die geheime Insel des Fortschritts“

Klientensystem: Stabsabteilung eines großen österreichischen Unternehmens; Zielgruppe: (alle) ca. 120 Mitarbeiter der Abteilung.

Unternehmenskultur: Social Skills waren zum damaligen Zeitpunkt ein Fremdwort im Gesamtunternehmen. Der progressive Chef der Stabsabteilung wünschte, dass alle Mitarbeiter diesbezüglich trainiert werden.

Entwicklungsmaßnahmen: Beginnend mit dem Top-Management-Team der Abteilung, wurden alle Mitarbeiter in den grundlegenden Kenntnissen und Fertigkeiten der „Top Five“-Social Skills trainiert, gipfelnd in einem gemeinsamen Unternehmensplanspiel aller Mitarbeiter – und das alles durch etliche Jahre vorbei an der Bildungsabteilung des Gesamtunternehmens; „undercover“ sozusagen!

Ergebnis: Bestgeschulte Abteilung im Gesamtunternehmen, hohe Identifikation und Motivation der Mitarbeiter; macht Schule als Best Practise Model.

Unterm Strich

Für diese drei sehr differenzierten Klientensysteme mit drei unterschiedlichen Zielen und drei gänzlich anderen Unternehmenskulturen waren ganz unterschiedliche Entwicklungsmaßnahmen vonnöten, die jedoch alle zielorientiert an die jeweilige Kultur angepasst zum Erfolg geführt und die Unternehmenskultur verändert haben.

100%

Erfolgsquote

„Unser fachliches und branchenübergreifendes Know-how als Kompetenzzentrum schafft einen Beraterpool mit einzigartiger Expertise“, resümiert Leopold Buchinger.

”

Auch bei ‚größeren‘ Unternehmen führt bei Team- und Organisationsentwicklung kein (erfolgreicher) Weg an der Unternehmenskultur vorbei.

Leopold Buchinger
Arbeitskreis Unternehmenskultur

“

Gesunde Verbesserungen

BGM macht Unternehmen erfolgreicher und gestaltet dazu Arbeitswelten, die Produktivität und Gesundheit sicherstellen und steigern.

WIEN. Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) lenkt und entwickelt betriebliche Strukturen und Prozesse, um die Arbeit, die Organisation und das Verhalten am Arbeitsplatz gesundheitsförderlich zu gestalten, und liefert dazu Kennzahlen.

BGM kommt Beschäftigten und Unternehmen gleichermaßen zugute; Ziel ist die Erhaltung bzw. Steigerung der Leistungsfähigkeit und Gesundheit sowie von Produktivität, Qualität und Innovationskraft.

BGM arbeitet mit einem Beratungsprozess, der von einer Statusanalyse ausgeht, die Ursachen für Produktivitätsprobleme im betrieblichen Umfeld identifiziert, Konzepte für die Verbesserung der Situation entwickelt, die Umsetzung begleitet und die Erfolge im Sinne eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses (KVP) in regelmäßigen Abständen misst.

Praktische Beispiele

In einem Wiener Pflegekrankenhaus mit 400 Mitarbeitern wurden zur Belastungsreduktion und Verringerung von Zeitdruck die Prozessabläufe optimiert: Durch eine bessere Terminabstimmung und Informationsweitergabe zwischen Stationen, Transportdienst und Therapieabteilungen konnten die Patienten pünktlich an ihren Therapien teilnehmen.

Die Wartezeiten auf den Stationen und vor den Therapieräumlichkeiten entfielen, und die Patienten waren rechtzeitig pflegerisch und mit Essen versorgt; dadurch entfiel eine Menge Stress durch Zeitdruck.

Weiters wurden zur Einhaltung der Mitarbeiter-Regenerationszeiten Ruheräume geschaffen. Diese durften von den Mitarbeitern selbst gestaltet



Beispielhaft Blaha setzt sowohl produktseitig als auch beim BGM auf eine bestmögliche „Arbeitswelt von morgen“.

werden. Beide Maßnahmen verbesserten das Arbeitsklima und den Informationsaustausch erheblich.

Am Österreich-Standort eines internationalen Versicherungsunternehmens mit 230 Mitarbeitern herrschten schlechtes Betriebsklima und mangelnder Verkauf neuer Produkte. Bisherige Produktschulungen, Team-, Kommunikations- und Verkaufstrainings waren erfolglos geblieben. Analysen orteten ein Digitalisierungs-/EDV-Problem: Die Softwareanpassungen der IT-Abteilung fehlten. Zur Problemvermeidung wurden deshalb neue Versicherungsprodukte nicht aktiv angeboten. Die Lösung – Einführung eines lokalen Projektmanagements und mehr Zeit für Tests und Dokumentation sowie „GesundFühren“-Trainings – steigerte den Absatz von Neuprodukten um 12%, die Kundenzufriedenheit um 26%, und der Stress der Betroffenen sank um ein Drittel. Regelmäßige Erhebungen

monitoren die Maßnahmen und liefern Kennzahlen aus dem BGM für das Controlling.

Für die Franz Blaha Sitz- und Büromöbel Industrie GmbH (130 Mitarbeiter) erfolgte zur Messung der Kundenwirkung eine Rentabilitätsberechnung einer ergonomischen Büro-Neugestaltung (Bürovergrößerung, offene Bürogestaltung für bessere Kommunikation zwischen den Einzelbereichen und mit Mitarbeitern im Außendienst sowie Kunden, etc.)

Büros von morgen

Bei der Wintergroup Paletten.Hackgut.Logistik.Möbel mit 130 Mitarbeitern errechnete sich aus Messfaktoren wie z.B. der nachweislich gesteigerten Arbeitsmotivation und Arbeitgeberattraktivität sowie kürzeren internen Prozessen eine Unternehmensperformance 4,3 Prozent über dem Branchenschnitt. Dadurch amortisiert sich der Büroumbau in nur wenigen Jahren.

In einem Wiener Optikermeisterbetrieb mit fünf Mitarbeitern wurden als Gründe für Umsatzrückgänge mittels Prozessanalysen und Personalworkshops Teamprobleme identifiziert. Diese verursachten eine geringe Motivation, Doppel- und Mehrarbeiten und mangelnde Erholungszeiten; Fazit: Mehr stressbedingte Fehlzeiten und Krankenstände.

Dank der Entlastung des Eigentümers in Entscheidungswegen durch eine klare Neu-Definition der Arbeitsaufgaben, dem Erleichtern des Transfers von Fachwissen mittels Aufbau einer Wissensdatenbank mit gemeinsamer Beschlagwortung unter Benutzung einer Handschrifterkennungs-Software sowie der Einführung eines wöchentlichen Meetings kam es wieder zu einer Umsatzsteigerung: Dem Unternehmen liegen nun Kennzahlen vor, an denen es sich bei regelmäßigen Überprüfungen orientieren kann!



© PantherMedia/dolgachov

Da hast Du's!

Die Wiener Unternehmensberater unterstützen beide Seiten bei der Übergabe bzw. Übernahme von Betrieben.

WIEN. Bis 2024 werden im ganzen Bundesgebiet rund 40.000 Betriebe ohne Nachfolgeregelung dastehen. Dabei kann die Übernahme eines bestehenden Unternehmens gegenüber einer Neugründung viele Vorteile wie etwa einen vorhandenen Kundenstock, gute Lieferantenbeziehungen oder bestens geschulte Mitarbeiter bieten.

Wer andererseits seinen Betrieb einem Nachfolger übergibt, kann damit für den Fortbestand seines Lebenswerks sowie die Erhaltung von Arbeitsplätzen sorgen. Als Faustregel gilt: Je länger man sich vor dem Verkauf damit beschäftigt, umso wahrscheinlicher ist es, eine finanziell lukrative und auch persönlich zufriedenstellende Lösung zu finden. Dieser Prozess sollte fünf Jahre vor der Übergabe gestartet werden.

1. Externe Hilfe

In einem ersten Schritt sollte die Firma von einem externen Unternehmensberater bewertet werden. So wird festgestellt,

welchen Wert der Betrieb aktuell hat und welche Potenziale vorhanden sind, um diesen Wert bis zur Übergabe zu steigern bzw. zu halten.

Ebenso werden Schwachstellen professionell erkannt und es bleibt ausreichend Zeit, um diese Punkte abzarbeiten.

2. Die Zeit danach

Wer (s)ein Arbeitsleben lang in den Aufbau des eigenen Betriebs gesteckt hat, kann sich „ein Leben danach“ oft nicht

vorstellen. Es ist daher ratsam, sich frühzeitig Gedanken darüber zu machen, womit die Zeit nach der Übergabe sinnstiftend gefüllt werden kann.

3. Eines nach dem anderen

Ein schrittweiser Rückzug kann vor allem bei Familienbetrieben, die von Generation zu Generation weitergegeben werden, eine ideale Lösung sein; hier sollte ein Zeitplan erstellt werden, wann welche Kompetenzen nach und nach abgegeben werden.

4. Veränderungen akzeptieren

Sollte man sich dafür entscheiden, dem Betrieb auch nach erfolgter Übergabe weiter – etwa als Beirat – zur Verfügung zu stehen, ist es wichtig, Unternehmensentscheidungen zu akzeptieren.

So kann sich die Firma (auch) unter der neuen Führung entwickeln und man sichert nicht zuletzt den (Familien-)Frieden.

Führend im IT-Bereich

Nach der erfolgten Übernahme gilt es, den Betrieb auf Kurs zu halten: Mit dem Know-how eines externen Unternehmensberaters sichern sich Neo-„Chefs“ ihre Sparringpartner, die sie professionell unterstützen und beim Einstieg ins Unternehmertum stärken. Denn nur wer auf externe Experten setzt, kann sicher sein, einen professionellen und unabhängigen Blick auf Chancen und Risiken zu erhalten und gleichzeitig die richtigen Lösungswege aufgezeigt zu bekommen.

Übrigens: Die Wirtschaftskammer vergibt Förderungen für die Hilfe durch Unternehmensberater! Und: Auf www.unternehmensberatung.wien findet man geeignete Berater, unter www.nachfolgeboerse.at Unternehmen, die einen Nachfolger suchen oder potenzielle Nachfolger, die ein Unternehmen suchen.

Die 5 Top-Tipps für Übernehmer

1. Vorlaufzeit

Wenn der Entschluss zur Übernahme einmal getroffen ist, sollte man ausreichend Zeit haben, um sich auf die Situation einzustellen.

2. Know-how

Für wirtschaftlichen Erfolg sind umfangreiche Branchenkenntnisse von großer Bedeutung. Praktische Erfahrung in der gewählten Branche ist durch nichts zu ersetzen.

3. Business

Wer ein Profi seiner Zunft ist, muss noch lange kein geborener Unternehmer sein. In Workshops kann man sich das nötige betriebswirtschaftliche Basiswissen holen und sich aufs Unternehmertum vorbereiten.

4. Help!

Externe Unternehmensberater nehmen den Betrieb genau unter die Lupe und sorgen damit dafür, dass man nicht „die Katze im Sack“ kauft und auf unangenehme und letztlich teure Überraschungen stößt.

5. Nur die Ruhe

Vom Kauf ist abzuraten, wenn der Verkäufer zeitlichen Druck ausübt, etwa mit der Aussage, noch weitere Interessenten zu haben.

DSGVO: besser als ihr Ruf

Die Datenschutzgrundverordnung kann für Betriebe und ihre Kunden sehr vorteilhaft sein – wenn man sie *richtig* einsetzt.

WIEN. Seit Ende Mai 2018 sind Unternehmen (und Behörden) in Österreich verpflichtet, die EU-Datenschutzgrundverordnung zu realisieren und dadurch die Daten ihrer Kunden vor jeglichem Missbrauch zu schützen.

Bevor die Umsetzung der DSGVO bindend wurde, waren viele Firmen verunsichert, wie sie diese Vorgaben in der täglichen operativen Arbeit erfüllen könnten. Mittlerweile hat sich die Aufregung gelegt, denn die DSGVO war mehr als notwendig, damit umfassend für IT-Sicherheit und Datenschutz gesorgt wird. Unternehmen profitieren davon, wenn sie Synergieeffekte nutzen und sich gleichzeitig auch auf die eigene Datensicherheit fokussieren – denn dann lohnt sich der Aufwand in allen Fällen.

Unterschätzte Gefahren

Gefahren für Kundendaten lauern an vielen Ecken: intern oft durch nicht ausreichend geschulte Mitarbeiter oder durch Angriffe von außen.

„Cyberkriminalität ist eine negative Begleiterscheinung der Digitalisierung“, weiß Datenschutzexperte Vincenz Leichtfried. „Wer die DSGVO nicht nur juristisch, sondern vor allem auch *technisch* umsetzt, kann sich in hohem Maße vor Angriffen von außen schützen! Datenschutz ist gleich IT-Sicherheit



© Hannes Fuß

ist gleich Unternehmensstabilität.“

Denn wer die Verordnung tatsächlich praktisch umsetzt, erhöht die Datensicherheit im

Unternehmen und schützt es gleichzeitig vor Betriebsausfällen. „In einem ersten Schritt müssen die Firmen ermitteln, welche Datenanwendungen bei ihnen tatsächlich vorhanden sind“, betont Leichtfried die Wichtigkeit einer *ganzheitlichen* Risikoevaluierung des Betriebes.

Es geht dabei um folgende Fragen:

- Wie lange dürfte ein Betriebsausfall dauern, bevor Umsatzentgang und Reputationsverlust drohen?
- Wie aktuell müssen Backups sein? Sollte es zu einem Datenverlust kommen, müssen Sicherheitskopien vorhan-

den sein, die einerseits die entsprechenden aktuellen Informationen beinhalten und auch jene Daten, die vor dem Datenschutzvorfall gespeichert wurden.

- Wie hoch ist die Abhängigkeit von Dienstleistern und Schlüsselpersonen? Was passiert, wenn Dienstleister ausfallen oder Mitarbeiter nicht erreichbar sind? Es muss klar sein, wofür welche Kenntnisse und Fähigkeiten benötigt werden, um im Anlassfall rasch reagieren zu können.

Experten-Rat einholen

Bei all diesen Themen gibt es Parallelen zwischen den DSGVO-Vorgaben und dem spezifischen Eigeninteresse des jeweiligen Unternehmens.

Studien zeigen, dass Unternehmen wie auch Privatpersonen inzwischen viel sensibler sind als noch vor zwei Jahren. Ein wichtiges Instrument zur Schaffung von mehr Sicherheit ist dabei ein durchdachtes *Berechtigungsmanagement*: Nicht jeder Mitarbeiter muss auf alles Zugriff haben.

Darüber hinaus ist das Passwortmanagement entscheidend. Wenn für mehrere Anwendungen das gleiche Passwort verwendet wird, kann ein einzelner Leak enorme Folgen haben.

„Eine weitere Gefahr ist fehlendes Bewusstsein darüber, wo Daten *tatsächlich* liegen und wie diese Speicherorte abgesichert sind“, empfiehlt Leichtfried, auch wenn man davon überzeugt ist, alles für die IT-Security und für den Datenschutz zu tun, einen Notfallplan. „Legen Sie fest, wie der Schaden schnell behoben werden kann. Dazu gehört, dass bekannt ist, wie die Schlüsselpersonen erreichbar sind und wie das IT-Security-Problem möglichst eingegrenzt werden kann.“ (pj)

Rat und Tat

11.000 Helfer

Unternehmen ohne eigene IT-Abteilung sollten externe Experten zuziehen – allein in Wien gibt es 11.000 IT-Dienstleister.

Wer sichergehen möchte, dass die EU-DSGVO richtig umgesetzt wird und darüber hinaus für IT-Sicherheit und damit für Betriebsstabilität sorgen will, ist bei diesen Experten bestens aufgehoben.

Keine Angst

Die europäischen Datenschutzbehörden waren bei der Anwendung der neuen Strafbestimmungen 2018 noch überaus zurückhaltend: In Österreich wurden nur vier Verwarnungen und drei Geldstrafen aufgrund von datenschutzrechtlichen Verstößen ausgesprochen.

Der wahre Wert

Den Wert des eigenen Unternehmens zu kennen, ist für alle KMU essenziell. Unternehmensberatung hilft.



© Panthermedia.net/Phovoir R.

••• Von Georg Sander

WIEN. Eine Unternehmensgründung ist eine tolle Sache, und es entspricht wohl dem Zeitgeist, dass immer mehr junge Menschen mit dem Gedanken spielen, selber zum Gründer zu werden. Wer möchte nicht sein eigener Chef werden? Wer bereits ein Unternehmen hat, will dieses eventuell ausweiten, vielleicht auch verkaufen. Um ein Unternehmen in jede mögliche Richtung zu entwickeln, benötigt es ein hohes Maß an Expertise. Während große Unternehmen diese oft, aber nicht nur, in-house liefern können, ist die Sachlage bei den Klein- und Mittelunternehmen oder eben

8.350

Große Auswahl

Es gibt in Wien eine große Anzahl und somit Auswahl an Unternehmensberatern.

auch Neugründungen oftmals schwieriger. Das Konsultieren von Unternehmensberatern kann einen wertvollen Blick auf das eigene Unternehmen liefern.

Substanz haben

Die Auswahl an Input ist groß, schließlich gibt es insgesamt 8.350 Personen in Wien, die innerhalb der UBIT Unternehmensberaterinnen und Unternehmensberater sind. Diese setzen ihr Know-how gekonnt und gezielt ein, haben Antworten auf die wichtigen Fragen, die ein Unternehmen betreffen. Unternehmensberatung hilft schon bei der Unternehmensgründung.

„Ob der Scheitel bei der Präsentation vor Investoren links

Nur eine Idee?

Eine Unternehmensgründung ist mehr, als vor ein paar Investoren eine Idee vorzustellen. Die Fachgruppe Unternehmensberatung rät, einen guten Plan zu haben.

oder rechts sitzt, ist in der Praxis ziemlich egal, denn das ist reine Optik. Wichtig ist, dass die *Idee* der Jungunternehmerinnen und -unternehmer gut ist, die Motivation passt, die Zahlen stimmen und die Annahmen schriftlich belegt werden“, erklärt deshalb Claudia M Strohmaier, selbst lange Jahre Unternehmensberaterin und Berufsgruppensprecherin Unternehmensberatung der Wiener Fachgruppe. „Die Wiener Unternehmensberater gehen in der Praxis sehr akribisch an die Sache heran.“ So empfiehlt sie ganz allgemein einen mehrjährigen, zumindest dreijährigen Plan für das Unternehmen. Der kann eine wichtige Basis für

die Evaluierung sein – egal, ob das Unternehmen erst gegründet wird, schon besteht und erweitert werden soll oder verkauft. Selbst wenn man keine Veränderung andenkt, ist es wichtig, nicht planlos in die nächsten Jahre zu gehen.

Was ist der Wert?

Weiters wäre es auch notwendig, zu verstehen, welche Bewertungsmethode für ein Unternehmen überhaupt wichtig ist. Den einzigen Unternehmenswert



© Katharina Schiffl

”

Es kann an jeder Schraube gedreht werden. Mit jeder umgesetzten Maßnahme steigen der Wert des Unternehmens und das Selbstbewusstsein.

Claudia M Strohmaier

Berufsgruppensprecherin
Unternehmensberatung

gebe es gar nicht, wie Claudia M Strohmaier festhält. Entscheidend sei der Anlass der Bewertung: „Bei der Discounted-Cashflow-Methode wird der künftige Ertragswert des Unternehmens auf Basis des Free Cashflow abgeschätzt; zieht man vom Vermögen die Schulden ab, erhält man den Substanzwert, beim Marktwert spielt die aktuelle Marktlage eine wichtige Rolle, und der Liquidationswert wird in der Regel dann erhoben, wenn ein Unternehmen aufgelöst werden soll.“

Allerdings müsse beachtet werden, dass gerade die Substanz nicht nur richtig bewertet wird, sondern auch die Methode in der passenden Situatio-

nen herangezogen wird, wie die Fachgruppensprecherin weiters meint: „Bei einem Hotel- oder Industriebetrieb macht die Erhebung einen Sinn, bei einem Dienstleistungsbetrieb eher nicht.“ Bei börsennotierten Unternehmen würde der Aktienkurs einen guten Anhaltspunkt für den Marktwert geben, allerdings käme im Falle einer Übernahme meist noch ein deutlicher Preisaufschlag bzw. -abschlag dazu.

“

Klein- und Mittelbetriebe

„Im Arbeitsalltag der Wiener UnternehmensberaterInnen geht es meist um die Unternehmensbewertung von KMU mit Historie“, erklärt Claudia M Strohmaier. Diese Klein- und Mittelbetriebe sind die Basis der Wirtschaft, doch nicht jede Herausforderung muss vom Unternehmen selbst gelöst werden, der Blick von außen, den die Unternehmensberatung liefert, kann sehr hilfreich sein. Claudia M Strohmaier führt Möglichkeiten an, um einen besseren Wert zu erreichen: „Es kann praktisch an jeder Schraube gedreht werden: Sie können beispielsweise das Produktsortiment bereinigen, die Finanzierung optimieren, bestehende Verträge und rechtliche Verpflichtungen prüfen, Personalmaßnahmen ergreifen, die

Lagerhaltung verbessern oder gar den Standort wechseln. Mit jeder umgesetzten Maßnahme steigt nicht nur der Wert des Unternehmens sukzessive, sondern eben auch das Selbstbewusstsein der Unternehmer selbst.“ Im Anschluss an eine Unternehmensberatung würde es den Unternehmensführern wesentlich leichter fallen, auf Augenhöhe mit Kunden, Lieferanten, Investoren oder möglichen Partnern zu verhandeln, weil „sie Unternehmensführungskompetenz bewiesen haben“.

Die nächsten Jahre

Es zeigt sich, dass es einfach ratsam ist, den Wert des eigenen Unternehmens von externen, unabhängigen Experten einschätzen zu lassen, egal an welchem Punkt des Geschäftslebens man selbst steht. Letztlich muss man ja auch nicht immer alles selber können, und der Blick von außen kann sehr hilfreich sein.

”

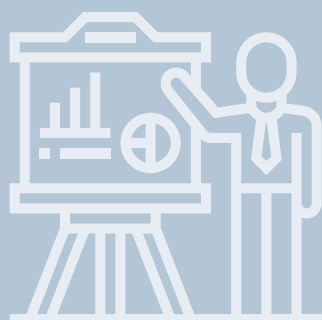
Im Arbeitsalltag der Wiener UnternehmensberaterInnen geht es meist um die Unternehmensbewertung von KMU mit Historie.

“

Claudia M Strohmaier ist überzeugt, dass gerade Klein- und Mittelbetriebe von der Unternehmensberatung profitieren können, denn letztlich sind es diese vielen Betriebe, die für eine gesunde Wirtschaft sorgen.

Großes Wachstum

„In den letzten Jahren hat sich die Wiener Fachgruppe Unternehmensberatung, Buchhaltung und Informationstechnologie (UBIT Wien) mit mehr als 22.000 Mitgliedern zur größten Fachgruppe Österreichs entwickelt. Dieses rasche Wachstum spiegelt einerseits die zunehmende Bedeutung unserer Berufe wider; es ist aber auch Ausdruck des Strukturwandels bei den Unternehmen: Rund 70 Prozent unserer Mitglieder arbeiten als Ein-Personenunternehmen, und fast die Hälfte der Unternehmen ist in den letzten fünf Jahren gegründet worden“, erklärt Martin Puaschitz, Obmann der Fachgruppe UBIT Wien.



8.350

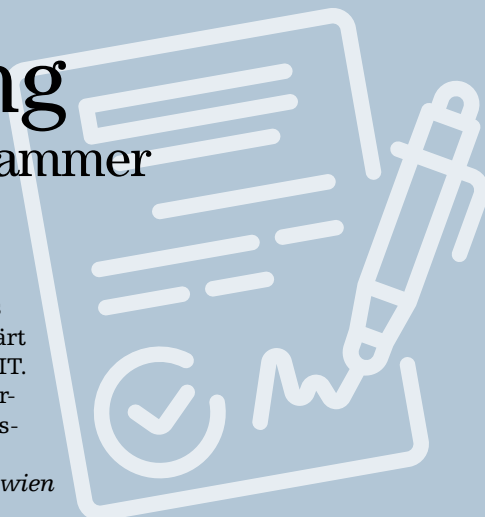
In Wien gibt es über 8.000 Unternehmensberater und -beraterinnen.



Förderung der Wirtschaftskammer

„Es ist uns ein Anliegen, Unternehmen bei der Gründung, Weiterentwicklung, Führung oder Sanierung zu beraten. Dazu gibt es verschiedenste Förderungen“, erklärt Martin Puaschitz, Obmann der UBIT. Die Wirtschaftskammer Wien unterstützt, den richtigen Unternehmensberater zu finden.

Linktipp: unternehmensberatung.wien



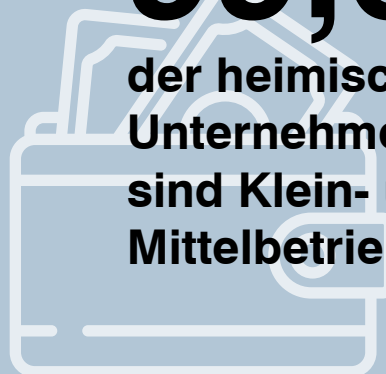
81,5%

Wachstum in den letzten zehn Jahren

2008 gab es österreichweit 11.108 aktive Mitglieder der Unternehmensberatung, aktuell sind es über 20.000. Das entspricht einer massiven Steigerung in den letzten Jahren.

99,6%

der heimischen Unternehmen sind Klein- und Mittelbetriebe



© Fotostudio Weinwürm

Wissensbasiert

Martin Puaschitz hält fest: „Als Standesvertreter für die Wiener Unternehmensberaterinnen und -berater möchten wir einen relevanten Beitrag leisten, dass Wien ein attraktiver Standort für wissensbasierte Dienstleistungen wird und dass eine breite Öffentlichkeit den Wert der Leistungen unserer Mitglieder erkennt.“