



Krisenverweigerung

Letzte Woche war ich im Auto unterwegs. 220km bin ich während des Tages gefahren, dabei lief mein Radio. Ich habe Statistik geführt. An diesem Tage hörte ich 18 mal das Wort Wirtschaftskrise. Als gäbe es nichts mehr anderes zu berichten, fokussieren sich die Medien auf dieses Thema und merken nicht, dass sie damit einen wesentlichen Beitrag zur Beschleunigung des Wachstumsrückgangs leisten. Noch ist der Konsum in der Schweiz stabil. Aber eines Tages werden die Konsumenten anfangen „Krise“ zu denken und entsprechend zu handeln.

Nun ist es ja nicht von der Hand zu weisen, dass das Wachstum im Moment negativ ist. Die Frage ist in der Statistik aber immer, auf welche Parameter man sich bezieht und wie die Ergebnisse interpretiert werden. Nimmt man als Parameter das BIP 2008 haben wir einen Rückgang. Bezieht man sich auf das BIP 2006 sind wir immer noch im schwarzen Bereich. Durchaus möglich, dass es je nach Branche in der nächsten Zeit schwieriger wird, den benötigten Umsatz und die notwendigen Gewinne zu generieren. Aber nur weil es schwieriger ist, ist es noch lange nicht unmöglich. Entscheidend ist, wie wir denken. Manchmal habe ich den Eindruck, dass wir uns gerade zu in die „Krise“ denken:

„So kauft keiner mehr ein neues Auto“. Wirklich keiner oder nur ein paar weniger?

„Alle werden weniger kaufen“. Alle oder nur ein paar?

Ich denke, wir sollten ein paar Worte aus unserem Denken und Reden streichen. Nämlich: *keiner, alle, immer und nie*. Es sind gemeingefährliche Verallgemeinerungen mit denen wir uns selbst ins Elend denken.

Als Unternehmer und Führungskräfte müssen wir jetzt cool bleiben und realistisch sein. Wir sollten uns an unseren Zielen und nicht an den Umständen orientieren.

Vor Tagen erarbeitete ich mit den Verkäufern einer Unternehmung die Verkaufsstrategie für die nächsten Jahre. Ich bat sie um ihre persönliche Meinung betreffend Umsatzentwicklung im Jahre 2009. Letztes Jahr realisierte die Firma einen Umsatz von 25 Millionen für 2009 sind 26 Millionen budgetiert. Die gut bezahlten Herren Verkäufer kamen auf knapp 20 % und begründeten das Minus mit dem allgemeinen Rückgang in der Branche.

Nun betrug das Marktvolumen dieser Branche letztes Jahr fast eine Milliarde Franken. Selbst wenn dieses um 20% schrumpfen sollte, ergäbe sich immer noch ein Markt von 800 Millionen. Und jetzt erkläre mir mal jemand, ob es für diese Firma mit ihren benötigten 26 Millionen eine Rolle spielt, ob der Markt nun 1 Milliarde oder „nur“ 800 Millionen gross ist.

Ich weiss nicht, wie viel Umsatz Sie dieses Jahr machen wollen oder müssen. Aber eines steht fest: wenn Sie sich an den Umständen orientieren statt an Ihren Zielen, werden Sie Ihren Umsatz nie erreichen. Ich schlage Ihnen vor, die beiden nachstehenden Zahlen auf zu schreiben:

Erwarteter Branchenumsatz 2009, schlechtes Szenario _____

Ihr budgetierter Umsatz _____

Geht Ihnen ein Licht auf? Ist eine Krise in Ihrem Unternehmen wirklich schicksalsbedingt?

Ich wüsche Ihnen eine erfolgreiche Zeit.

Beat Brühlhart