



Tipps für die Fokussierungs-Strategie

Eine interessante Strategie für Mittelständler ist auch die Fokussierung. Konzentrieren Sie Ihre Kräfte wie mit einem Brennglas auf wenige Kernkompetenzen und erreichen Sie so die Initialzündung für den Erfolg. Die Kunst besteht im Vereinfachen und Weglassen. Streichen Sie Kunden, Produkte, Regionen. Daraus ergeben sich folgende Vorteile:

- Sinkende Komplexität und geringerer Aufwand für Planung, Verwaltung usw. Ihre Kontrolle dagegen steigt. Sie kennen Ihre Produkte, Leistungen und Kunden genau und können hohe Qualität sowie eine intensive Betreuung gewährleisten.
- Höhere Produktivität durch zunehmendes Know-how. Durch die Wiederholung gleichartiger Aufgaben können Sie diese schneller und effektiver abwickeln. Lange Lern- und Einarbeitungsphasen für neue Bereiche entfallen.
- Marktzugang und Kundenbindung werden erleichtert. Sie haben das Wissen und die Zeit, intensiv in die Welt Ihrer Kunden einzutauchen. Bei passender Marktsegmentierung werden Sie als Spezialist schätzen gelernt und entsprechend weiterempfohlen (15 %-Regel).

Um in den Vorteil der Fokussierung zu kommen, kann es nützlich sein, eine „Streichliste“ zu führen und frühere Entscheidungen zu revidieren. Nehmen Sie Ihre Notizen zur Visions-Findung zur Hand und fragen Sie sich: Was würde ich, ausgehend vom heutigen Kenntnisstand, nicht noch einmal tun?

- Welche Geschäftsbereiche würde ich nicht mehr beginnen?
- Welches Produkt oder Verfahren würde ich nicht mehr ins Sortiment nehmen?
- Welche Mitarbeiter würde ich nicht mehr anstellen?
- Welche Kunden würde ich nicht mehr annehmen?

Gehen Sie nun gedanklich in die Zukunft und definieren Sie, welche Geschäfte sie nicht wollen. Die Fragen auf dieser Streichliste könnten wie folgt lauten:

- Welche Unternehmensgrößen an Kunden (Mitarbeiter, Umsatz, Potenzial, Rechtsform ...) will ich nicht ansprechen?
- Welche Produkte und Dienstleistungen will ich nicht oder nicht mehr anbieten?
- Welche Subbranchen passen nicht optimal zu meinem Unternehmen?
- Welche Regionen sind zu hart umkämpft?
- Welche Regionen oder Länder sind zu risikoreich oder zu weit entfernt?

Anhand dieser Ausschluss-Liste lassen sich dann später die verbleibenden Gruppen definieren, die angestrebt werden sollen.

Denken Sie daran: Die wichtigste Aufgabe des Unternehmers ist es, Schwerpunkte zu setzen und das Unternehmen richtig zu fokussieren. Wer sich bei geringen Kräften verzettelt, verliert.