

100 EURO  
ΕΥΡΩ

Gesucht:

# FRISCHES GELD

Interview  
**Renaissance  
der Hausbank**

Personalcoaching  
**Schutzschild  
ausbilden**

Betriebsansiedlung  
**Erfolg in Blau-Gelb**

Mittelstand  
**Aufholbedarf bei Führungskultur**



## Hintereggers Blickpunkte

Dietmar Hinteregger, (1951) führte erfolgreich in den vergangenen 30 Jahren verschiedene Tochtergesellschaften internationaler Konzerne – zuletzt war er acht Jahre Österreich-Geschäftsführer des französischen Elektrokonzerns Schneider Electric. Im August 2008 gründete er die Hinteregger Consulting. Er berät und begleitet Unternehmen zu Fragen



und Aufgaben in den Bereichen: Potenzialentfaltung, Mitarbeiter- und Führungskräfteentwicklung, Visions- und Strategieentwicklung, Implementierung von und Ausrichtung auf Ziele, Change- und Integrationsmanagement, Nachfolgeregelung, Cultural Awareness, Empowerment. Begeisterung und Erfahrung aus dem Rallysport werden in seiner Arbeit motivierend mit fachlichem Wissen kombiniert.

[www.h-consulting.at](http://www.h-consulting.at)

# „Ist der Standort abhängig vom Standpunkt?“

Bereits bei der Erstellung des Businessplans stellt sich die Frage nach dem „richtigen“ Unternehmensstandort. Die Standortwahl zählt nämlich neben der Geschäftszweigwahl zu den ersten wichtigen unternehmerischen Entscheidungen. Welche Örtlichkeit wird wohl für das neue Unternehmen die beste sein? Sicher, der Standort wird stark vom künftigen Tätigkeitsbereich des Unternehmens gelenkt und sollte tunlichst darauf abgestimmt werden. Aber ist die Standortfrage nicht auch sehr oft ein Spiegelbild des Standpunktes des Unternehmers?

### Und darauf lohnt es sich ein Auge zu werfen:

Prinzipiell versteht man unter Unternehmensstandort jenen Ort, an dem sich ein Unternehmen befindet. Entgegen der häufig kolportierten Meinung wird der erste Unternehmensstandort aber selten aus rationalen Überlegungen heraus festgesetzt. Untersuchungen haben ergeben, dass neue Unternehmen in der Regel dort entstehen, wo der oder die Gründer ansässig sind. In den meisten Fällen kommen betriebswirtschaftliche Überlegungen erst dann ins Spiel, wenn ein Unternehmen erst einmal gewachsen oder aber auch pleite ist und ein neuer Standort zwingend notwendig wird. Wie aber kommen Fehlentscheidungen bei der Wahl des Unternehmensstandortes zustande? Meistens spielt die uns Österreichern nicht ganz unbekannt Bequemlichkeit des Unternehmers dabei eine nicht unbedeutende Rolle. Ganz unter dem Motto „die Kunden werden schon kommen, wenn sie etwas von mir brauchen; mir ist nur wichtig, dass sich mein Zeitaufwand in

Grenzen hält“ wird schon sehr oft der erste Sargnagel des Misserfolgs eingeschlagen. Und viele Jungunternehmer sitzen dann alleine und verlassen in ihren Firmen bzw. Geschäften und wundern sich darüber, dass sich niemand zu ihnen verirrt und sie mit den notwendigen Umsätzen beglückt. Dabei gibt es beinahe endlos viele positive Beispiele für eine kundenfokussierte und kundenfreundliche Ausrichtung von Unternehmen, die man in wenigen Worte zusammenfassen kann: Platziere dein Unternehmen in mitten deiner Kunden, gehe aktiv auf sie zu und vermittele ihnen den Spaß und die Freude, mit der du für sie tätig bist. Und stelle vor allem deine eigenen Interessen und Einstellungen hintan, um deine Kunden zufrieden zu stellen. Wie immer aber ist diese Einstellung eine Folgeerscheinung des Willens und der Mentalität des Inhabers, der gerne darauf vergisst, dass sich im Wort Unternehmer der Begriff „etwas unternehmen“ widerspiegelt. Sehr oft ist dabei schon eine kleine Kurskorrektur der eigenen Anschauungen über das „Unternehmer sein“ dienlich, gefolgt von einer konsequenten Umsetzung der notwendigen Maßnahmen. Man muss es

jedoch wollen und die dafür notwendige Begeisterung mitbringen, um das eigene Unternehmen auf die richtige Schiene zu bringen. Und wenn man zusätzlich auch noch den idealen Standort findet, steht einem nachhaltigen Unternehmenserfolg nichts mehr im Wege! So gilt es also, sich neben allen anderen wichtigen Unternehmensfragen, speziell für die Standortfrage des Unternehmens mehr als ausreichend Zeit zu nehmen, um all jene bösen Überraschungen zu vermeiden, die eine falsche Standortwahl mit sich bringen kann. Davon ausgenommen sind einzig und allein Handels- und Dienstleistungsfirmen, die ihr Glück im Internet versuchen und deren Standort für Kunden erfahrungsgemäß keinen besonders wichtigen Stellenwert besitzt. Hier gilt es jedoch im Besonderen darauf zu achten, dass sich durch die Qualität der Produkte und Lieferungen eine langfristige Kundenzufriedenheit ergibt. Als zusammenfassende Kernaussage kann jedem künftigen Unternehmer ins (geistige) Stammbuch geschrieben werden: „Gehe mit deinem Geschäft dorthin wo auch deine Kunden sind und warte nicht, bis sich der Kunde auf den Weg macht, um dich zu suchen!“



© MaxWo - Fotolia.com