

# aecco

WIRTSCHAFTSINFORMATION FÜR UNTERNEHMER

Ausgabe 12/2012

28. Jahrgang

Erscheinungsdatum: 29. November 2012

€ 5,-

Verlagspostamt 2340 Modling, P.b.a.

Zulassungsnummer GZ 032035087 M

DVR-Nr. 0064615/010480



**GESUCHT!**

**MUTIGE GRÜNDER**

StoBa

Die Seifenmacher

Geschäftsideen

Internationales  
Start-up-Festival

Wirtschaftsspiele 2012

Von Santa Cruz  
ins ferne Japan

**Mobilfunktechnologie**  
NFC – bitte warten

**Chef-Ansprache**  
Peppig starten, feurig enden





# „Wirtschaftskrise – Ausrede des Jahres 2012?“

## 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 Ralliesport werden in seiner Arbeit motivierend mit fachlichem Wissen kombiniert.

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

Zurzeit sucht man allorts vehement nach dem Wort des Jahres 2012. Nach „Euro-Rettungsschirm“ und „Töchter-söhne“ im Jahr 2011 wird das Ergebnis für 2012 wohl in den nächsten Wochen bekanntgegeben werden. Und jetzt schon können wir sicher sein, dass das aktuelle Jahreswort wieder die Schlagzeilen aller Medien zieren wird. Wie aber verhält es sich mit der Ausrede des Jahres? Wenngleich nicht so populär wie das Wort des Jahres, gäbe es auch hier eine Vielfalt an Auswahlmöglichkeiten.

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

Wenn wir unsere Aufmerksamkeit auf ein Wort zu richten, welches jeder von uns fast täglich verwendet bzw. hört oder liest, wird uns ganz rasch das Wort „Wirtschaftskrise“ einfallen. Über die Ursachen, Inhalte und Lösungsansätze zur Bewältigung der zweifellos existenten Krise wurde und wird ja laufend auf breiter Basis konferiert, diskutiert und natürlich auch berichtet. Aus diesem Grund sollen diese Punkte auch nicht Inhalt dieser Betrachtung sein. Vielmehr ist es eine immer öfter angewendete Modeerscheinung geworden, die Wirtschaftskrise als faule Ausrede für Alles und Jedes heranzuziehen. Zugegeben, es ist immer einfacher, sofort einen Schuldigen für entstandene Missstände oder Fehlentscheidungen präsentieren zu können, um die eigene Weste rein und sauber zu halten, ganz unter dem Motto „wir Armen (Unschuldigen), jetzt hat auch uns die Krise voll erwischt“. Gestattet man sich aber, ob solcher Aussagen etwas weiter in die Tiefe zu gehen, kommt sehr schnell ans Tageslicht, dass so

manch heute in Schwierigkeiten steckendes Unternehmen auch ohne Wirtschaftskrise ein klarer Fall für den Konkursrichter gewesen wäre. Zu viele Fehlentscheidungen, Missmanagement etc. haben teilweise schon in Zeiten vor der Krise zur Schiefelage des Unternehmens geführt. Und so tritt die Führungsriege dann vor die Öffentlichkeit und scheut nicht davor zurück, der Krise alles in die Schuhe zu schieben und somit von eigenen Fehlern bzw. Unvermögen abzulenken. Da es aber gottseidank nicht nur Konkursanwärter gibt, kann man auch immer mehr gut funktionierende Unternehmen ausmachen, die sich der Ausrede Wirtschaftskrise gerne und reichlich bedienen. So werden z.B. Marketing- und Werbebudgets bis auf ein fast bedrohliches Mini-

oftmals ein ganz anderer ist. Einerseits verlieren durch die Verwendung einer Ausrede schon langfristig geplante und auch notwendige Veränderungen im Unternehmen ihre Unpopulärkeit, andererseits müssen Manager nicht die emotionale Last des „Schuldigen“ tragen, lasse ihnen doch die Krise keinen anderen Spielraum. Auch wenn wir uns der externen Seite des Geschäftslebens zuwenden, ist sehr schnell zu erkennen, dass viele Unternehmen die Ausrede „Krise“ als Argument gegenüber ihren Geschäftspartnern verwenden, um mit ihnen weniger oder gar kein Geschäft mehr machen zu müssen. Und siehe da, schon nach einigen Wochen taucht, wie der Phönix aus der Asche, ein anderer Lieferant auf, welcher die Aufträge zu denselben

Bedingungen mit gleichem Volumen erhält. Was hier ganz einfach fehlt, ist der notwendige Mut und auch das Rückgrat, zu Entscheidungen zu stehen, die mit oder ohne Krise zu treffen sind, auch wenn diese Tatsache vielleicht nicht ganz ohne Kratzer am Image der Entscheidungsverantwortlichen abgeht.



mum herabgesetzt, Aus- und Weiterbildungsprogramme und auch Sozialleistungen für Mitarbeiter drastisch reduziert oder sogar gänzlich gestrichen. Und das alles unter dem sicher auch teilberechtigten Vorwand der vorhandenen Krise, wenn gleich der Kern der Wahrheit

Und genau aus diesem Grund ist es beinahe unerlässlich, nicht jedes Krisenargument gleich für bare Münze zu nehmen und so vielleicht zu verhindern, dass „Wirtschaftskrise“ zur Ausrede des Jahres 2012 gewählt wird!