

Neue Kraft gegen alte Mechanismen

In Naila entsteht das erste Positionierungszentrum in Bayern. Zur Eröffnung spricht ein Experte auf diesem Gebiet. Peter Sawtschenko wirbt für ein neues Businessdenken.

Von Marcus Schädlich

Hof/Naila – „Unbewusst macht man viele Fehler.“ Diese offenen Worte sind Unternehmern nicht immer auf Antrieb zu entlocken. Eduard Stähle, Inhaber des Hofer Restaurants Season, gab dies aber am Dienstagabend im Konferenzbereich der Freiheitshalle offen zu. Ja, nicht immer liegen Unternehmer mit ihren Entscheidungen richtig. „Du brauchst jemanden externes, der dich kritisch hinterfragt“, lautete seine Konsequenz.

Nun gibt es gerade im Bereich der Unternehmensberatung eine Vielzahl an Angeboten. Eine Portfolio-Analyse oder das Durchbuchstabieren der Marketing-Instrumente – die BWL-Lehrbücher geben Unternehmen viele Möglichkeiten an die Hand, ihr Unternehmen oder ein Produkt auf einem Markt zu positionieren. Denn: Nur eine erfolgreiche Positionierung garantiert den unternehmerischen Erfolg.

Und nicht nur in Unternehmen: „Wir stehen seit Jahrzehnten in einem Positionswettkampf der Regionen“, erläuterte Landrat Dr. Oli-

ver Bär am Dienstag im Konferenzbereich der Hofer Freiheitshalle. Er und zahlreiche Vertreter aus den Wirtschaftsverbänden waren nach Hof gekommen, um sich über das Thema Positionierung zu informieren. Nicht ohne Grund stand das Thema auf der Agenda: Das Nailaer Unternehmen Mohr Druck hat das erste Positionierungszentrum in Bayern gegründet. Künftig sollen Firmen die richtige Ausrichtung auf dem Markt in Naila lernen.

Dabei geht Geschäftsführer Thomas Mohr nach einem Konzept vor, das er erst selbst vor einem knappen Jahr für sich entdeckt hat: der Ener-

gie-Resonanz-Positionierung, die Peter Sawtschenko entwickelt hat. Sawtschenko war am Dienstag als Referent in Hof zu Gast – und gab einen Einblick in sein Konzept. Zahlreiche Unternehmer hörten ihm zu. Seine Ideen klingen zunächst ungewöhnlich, wenn er beispielsweise von der Macht der Energie spricht. Überhaupt das Stichwort Energie. Sawtschenko, der weltweit auch größere Unternehmen berät, sagt: „Meine erste Frage, die ich in Unternehmen immer stelle, ist: Wo ist die Energie?“ Damit ist aber offensichtlich kein abstraktes Konstrukt gemeint, sondern die Energie, die be-

reits in den Unternehmen stecke – in Form von Patenten oder bislang vernachlässigten Geschäftsideen. In mehrtägigen Workshops versucht Sawtschenko Unternehmer aus einer Sackgasse zu führen.

Dass dieses in der Praxis tatsächlich funktioniert, erläuterte er anhand von einigen Beispielen. Über andere als diese könne er nicht sprechen, sagte der Unternehmensberater. Wegen der vertraglich zugesicherten Verschwiegenheit. Ein Beispiel ist aber der österreichische Küchenhändler Oline. Nach einem Seminar habe sich das in eine Krise geratene Unternehmen neu aufgestellt – und sich auf

Küchen für Besitzer von Häusern spezialisiert, die richtige Positionierung also gefunden. „Die Chancen sind bereits da.

Man muss nicht alles neu erfinden, sondern man muss nur lernen, es zu sehen“, sagt Sawtschenko. Allerdings sei dafür nötig, jeden Stein im Unternehmen umzudrehen. „Man muss lernen, von alten Dingen loszulassen. Wenn es in einem Unternehmen mal nicht läuft, greifen zu oft die alten Mechanismen.“

Angesichts der sich verändernden Märkte, auf denen in manchen Branchen kaum noch Geld zu verdienen sei, dürfe man aber nicht mit den alten Maßnahmen antworten, sagt Sawtschenko. Und genau darin, also

einer richtigen Positionierung unter schwierigen Marktbedingungen, solle das Positionierungszentrum Hochfranken in Naila nun helfen. Thomas Mohr steht voll hinter dieser Idee. Er sagt, es stecke mehr dahinter als bei den Motivationsseminaren der bekannten Branchengrößen: „Es gibt ein exakt definiertes System, um die energiereichste Zielgruppe herauszufinden.“ Und auch von den typischen Beratern hebe sich das System ab: „Die drehen doch normalerweise nur an der Kostenschraube. Wir denken anders und setzen auf den Aufbau des Unternehmens, in dem wir die Probleme des Kunden analysieren.“ Und eben

dann den Kunden, also die Zielgruppe, wieder ins Zentrum stellen.

Diesen Prozess hat das Nailaer Unternehmen

selbst hinter sich: Dr. Mohr hat selbst eine neue Zielgruppe definiert – und zwar kleine und mittelständische Unternehmen, die künftig in Naila beraten werden. Dafür entstand in den Räumen der Druckerei ein Ausbildungszentrum. Thomas Mohr ist allerdings bisher der einzige zertifizierte Positionierungsexperte. Bei Peter Sawtschenkos Akademie hat er sich dazu ausbilden lassen. Mohr sieht aber genug Potenzial im Markt für das neue Zentrum, sodass er schon bald weitere Mitarbeiter zur Ausbildung schickt.

„Meine erste Frage, die ich in Unternehmen immer stelle, ist: Wo ist die Energie?“

Peter Sawtschenko,
Unternehmensberater und
Positionierungsexperte



Peter Sawtschenko sagt: Unternehmenserfolg hängt von der richtigen Positionierung ab. In Hof warb er für seine Ideen.

Foto: Mario Wiedel