

Open-Space-Workshop in Runde 3 auf der Biokonferenz:

**Thema:** Lernen von den Besten - „Mit welcher Strategie sichere ich die Zukunft meines Geschäftes?“ (Gründung eines „Strategiekreises“ der Bio-UnternehmerInnen der Metropolregion Nürnberg)

**Initiator:** Roland E. Schön

**Teilnehmer:** E. Nowak, Susanne Hagen, Roland E. Schön, Brigitte Peiker, Ute Hoberg, A. Stinzendörfer, E. Bruckner, Anne Brendel, Markus Nonnast, Wolfgang Kuhnle, Sabine Rothfuß, Werner Wolfrum, Sabrina Bausewein, W. Stiegler u.a.

## 1. Zum Thema

Der Biomarkt befindet sich seit einiger Zeit in einer tiefgreifenden Veränderung weg vom Nischen- hin zum Massenmarkt. Bio ist „In“ und hat sich zu einem Wachstumsmarkt entwickelt, der auch in Krisenzeiten keinen Halt macht.

Allerdings ändern sich die Marktbedingungen für die kleineren und mittelständischen Firmen gegenwärtig fundamental. Die ursprüngliche besetzte Nische „Bio“ ist in dem stark gestiegenen Wettbewerbsumfeld alleine kein Alleinstellungsmerkmal mehr.

Idee des Workshops war, ausgehend von den Erfahrungen Roland Schön's als langjähriger Strategieberater, einmal zu beleuchten, was die Biobranche von den bekannten Strategien der sogenannten Hidden-Champions (der unbekanntesten (Welt)-Marktführer des Mittelstandes) sowie von der EKS-Strategie (=evolutionskonforme Strategie nach W. Mewes) lernen können.

Hauptidee die dahinterstand war, perspektivisch einen „**Strategiekreis der BiounternehmerInnen**“ der Metropolregion Nürnberg ins Leben zu rufen (könnte idealerweise über die „Bio-Innung“ organisiert werden), der sich in regelmäßigen Abständen zu strategischen und betrieblichen Themen austauscht und voneinander lernt.

## 2. Die wichtigsten Aspekte des Themas

- Lehren der Hidden Champions, siehe Übersicht [Anlage 1](#)
- Prinzipien und Phasen der EKS-Strategie, siehe [Anlage 2](#)
- Bausteine und Wirksystem einer Ganzheitlichen Nachhaltigkeits-Strategie (System von Roland E. Schön), siehe [Anlage 3](#)
- Brainstorming und Diskussionen der TeilnehmerInnen des Workshops zu deren Erfolgsstrategie wie folgt:

Meine/Unsere Erfolgsstrategie:

- höchste Qualität
- absolute Klarheit
- klare Ausrichtung
- klare Aussagen
- enge Kundennähe
- Authenzität
- MA leben was sie sind

- vor Ort bei Kunden/Nähe
- Präsenz, bin da, Laden“lebt“
- absolute Verlässlichkeit durch mich + die besten Partner/Kooperationspartner
- Vertrauen
- Anpassung an den Markt
- Wachsein was passiert
- Urbedürfnisse erfüllen + Werte schaffen

### 3. Die Chancen der Idee/ des Vorhabens

Die Idee einen „**Strategiekreis der BiounternehmerInnen**“ ins Leben zu rufen sollte über die „Bio-Innung“ laufen. Nach bereits vorliegenden Erfahrungen könnten ein derartiger Kreis (ca. 8-12 Personen) enorm voneinander profitieren. Roland E. Schön hat angeboten, über Hubert Rottner in den nächsten Monaten einmal einen Nachmittagsworkshop bzw. ein Treffen zu organisieren, um diese Idee weiter zu treiben.

### 4. Wie sehen die Etappenziele des Vorhabens aus?

- Abstimmung mit den Aktivitäten der Bio-Innung
- Abstimmung Inhalte und Termine eines ersten Treffens des „Strategiekreises“ mit Hubert Rottner / Roland E. Schön
- Einladung zu einem 1. Treffen mit Kurzworkshop (um auch gleich den Nutzen einer solchen Initiative zu beweisen)

### 5. Wen und was brauchen wir an Unterstützung – jetzt und mittelfristig?

- Bio-Innung als „Unterstützer“ der Idee und Multiplikator
- Hubert Rottner als evt. „Geburtshelfer“
- Ideen und Erfahrungen von Roland E. Schön
- IHK und Stadt Nürnberg

### 6. Unsere nächsten Schritte (Maßnahmenliste in tabellarischer Form)

Was	Wer mit wem	Bis wann	Info an wen
Besprechung Idee mit neu zu gründender Bio-Innung, IHK, Biomodellstadt u.a.	R. Schön / Hubert Rottner mit den genannten Akteuren	30.6.2009	
Befragung von UnternehmerInnen der Region	R. Schön	30.7.2009	
Info-Treffen mit integriertem Workshop	H.Rottner / R. Schön und evt. Bio-Innung	Sept.-Oktober 2009	

**7. Nächste Treffen – wann, Ort, geplante Dauer, Ansprechpartner/in**

→ noch nicht festgelegt, wird mit Hubert Rottner abgestimmt.

27.5.2009

**Roland E. Schön**

**Tel. 06220/914540, email: [info@RolandSchoen.de](mailto:info@RolandSchoen.de)**

**Homepage: [www.RolandSchoen.de](http://www.RolandSchoen.de)**

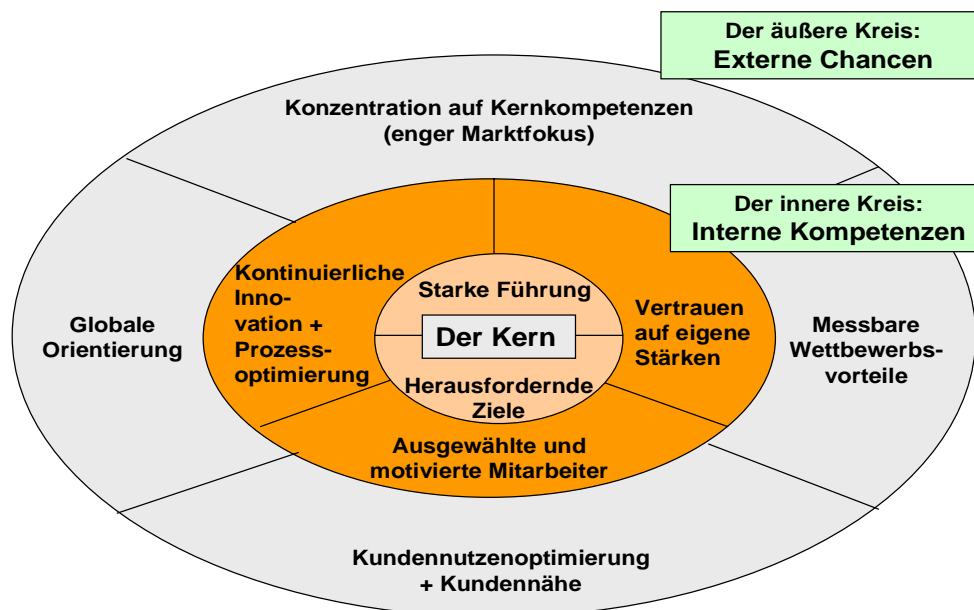
## Anlage 1:

### **Lehren der Hidden Champions**

- Erfolgsstrategien erfolgreicher Weltmarktführer des Mittelstandes -

1. *Vorgabe eines klaren, ehrgeizigen Zieles (idealerweise Nr. 1 zu werden oder zu sein)*
2. *Enge Marktdefinition und Konzentration auf Kernkompetenzen*
3. *Globale Orientierung, weltweite Vermarktung*
4. *Sehr große Kundennähe, wertorientiert, nicht preisorientiert*
5. *Kontinuierliche Innovation in Produkt und Prozess*
6. *Gleichwertige Antriebskräfte Markt und Technik*
7. *Klare Wettbewerbsvorteile in Produkt und Service*
8. *Vertrauen auf eigene Stärken*
9. *Mehr Arbeit als Köpfe, sorgfältige Auswahl der Mitarbeiter*
10. *Gelebte Führung – verbindlich in den Grundsätzen, starke Einbeziehung der Mitarbeiter*

### Hidden-Champion-Erfolgskreise



- KERN MIT STARKER FÜHRUNG
  - Mit ehrgeizigen Zielen
    - Definition u. Ausrichtung der Kernfähigkeiten des Unternehmens
- INNERER KREIS MIT INTERNEN KERNKOMPETENZEN
  - Mit sorgfältig ausgewählten und motivierten Mitarbeitern
  - Vertrauen auf eigene Stärken
  - Kontinuierliche Innovation in Produkt und Service
- ÄUSSERER KREIS DER EXTERNEN CHANCEN
  - Enger Marktfocus in Produkt, Technologie und Anwendung ● Globale Orientierung
  - Kundennähe ● Klare Wettbewerbsvorteile

## Anlage 2: zur EKS (=Evolutionskonforme Strategie)

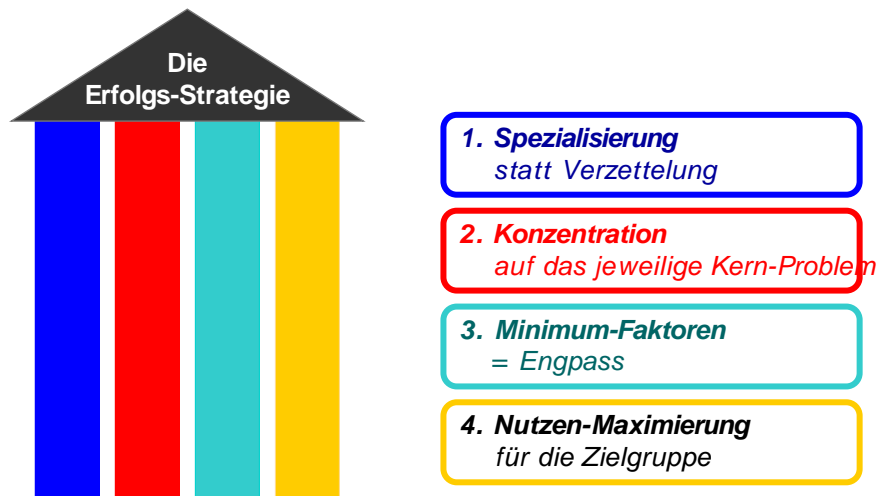
### Was ist die Kern-Aussage der EKS-Lehre ?



1. **Erfolgreiche Unternehmen** spezialisieren sich konsequent auf eine Zielgruppe!
2. **Erfolgreiche Unternehmen** sind Problem-Löser!
3. **Erfolgreiche Unternehmen** bieten ihrer Zielgruppe einen maximalen Nutzen!

**Mewes' Fazit:**  
 Langfristiger Erfolg ist immer einzig und allein eine Frage der richtigen Strategie!

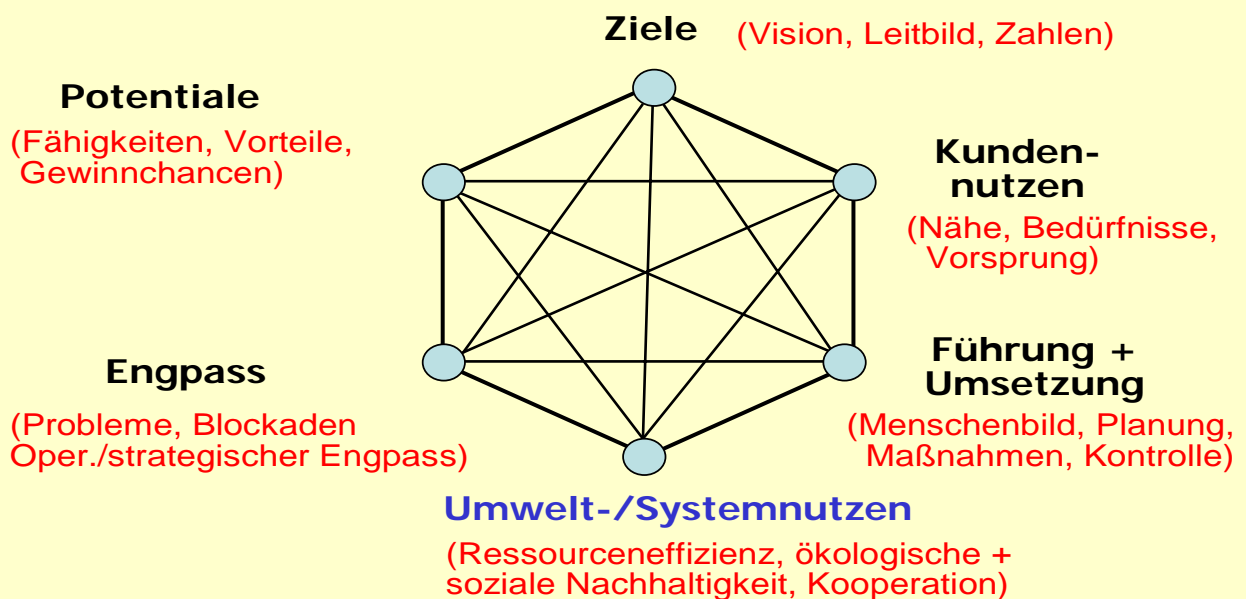
## Was sind die 4 Prinzipien der EKS ?



Weitere Infos unter: [www.strategie.net](http://www.strategie.net)

## Anlage 3: Bausteine und Wirksystem einer ganzheitlichen Nachhaltigkeits-Strategie

### *Ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie - Wirksystem*



Sechs Bausteine/Wirkfaktoren spielen in diesem Prozess die entscheidende Rolle:

1. **Die Potenziale des Unternehmens.**

Dahinter verbergen sich nicht Anlagen oder Patente, sondern allein die Mitarbeiter und ihre Fähigkeiten. Sie sind es, deren Ideen- und Innovationskraft ein Unternehmen voran bringt.

2. **Gemeinsam getragene Ziele.**

Durch diese gemeinsamen Visionen und Leitbilder werden die Potentiale eines Unternehmens im Hinblick auf den Kundennutzen gebündelt.

3. **Kundennutzen-Optimierung.**

Nach Wolfgang Mewes hängt die Existenz eines Unternehmens davon ab, bestimmte Probleme und Bedürfnisse der Kunden nachhaltig besser zu lösen als der Wettbewerb. Das bedeutet: Nicht Kosten- und einseitige Gewinnsteuerung verursacht nachhaltigen Gewinn, sondern stets der höhere Kundennutzen.

4. **Engpass/Strategischer Engpass.**

Der strategische Engpass ist eine Blockade zwischen Wollen und Können. Er ist spezifisch für jedes Unternehmen und muss durch eine konzentrierte Anstrengung gelöst werden. Andernfalls droht die Gefahr des Verzettelns und Verlust der Wettbewerbsfähigkeit

5. **Führung und Umsetzung.**

Die Führung muss Orientierung und Vorbild sein. Ein bewußteres Führungsverhalten setzt nicht zuletzt die schöpferischen Kräfte der Mitarbeiter frei und ebnet den Weg für ungeahnte Ergebnisse.

6. **Umwelt-/Systemnutzen**

Ist im Sinne einer ökologischen Nachhaltigkeit von elementarer Bedeutung und hat in den bisherigen Strategielehren keinen wirklichen Stellenwert gehabt. Im Zusammenwirken mit den anderen 5 Wirkfaktoren wird so ein Unternehmen geschaffen, dass einen dauerhaften Nutzen für die Um- und Mitwelt schafft und so die langfristige Lebensfähigkeit gesichert werden kann.

Aus der Vernetzung dieser sechs Faktoren ergibt sich in der Gesamtschau die Alleinstellung, die Einzigartigkeit eines Unternehmens. Dies zu erkennen, zu fördern und somit nutzbar zu machen ist also die Grundlage einer Strategie, welche der Tatsache Rechnung trägt, dass Erfolg sich langfristig nicht aus einem günstigeren Preis oder einem bestimmten Produkt ergibt, sondern aus der Fähigkeit der Mitarbeiter, permanent bessere, einzigartige Problemlösungen dem Kunden zu liefern. Das ist Innovation pur.

**Weitere Informationen zur Vertiefung dieses Themas erhalten Sie direkt über Roland E. Schön: [www.RolandSchoen.de](http://www.RolandSchoen.de) bzw. per email über: [info@RolandSchoen.de](mailto:info@RolandSchoen.de)**