

## Aus Krisen lernen

Im Rückblick haben Krisen – abgesehen von allen unerfreulichen Konsequenzen – auch etwas Positives: Die Betroffenen lernen, was wichtig und unwichtig ist im Leben.



Anke Tielker ist Unternehmensberaterin und Vollversammlungsmitglied unserer IHK.

**S**cheitern will niemand. Weder privat noch beruflich. Denn Scheitern tut weh. Vor allem unternehmerischer Misserfolg wird nirgendwo als so starke Demütigung empfunden wie in Deutschland. Anders als etwa in Amerika wird derjenige, der sich berufliche Fehlerhaftigkeit eingestehen muss, als Versager stigmatisiert. Doch eine Krise ist nicht nur eine Krise, sondern auch eine Chance. Eine Möglichkeit, um das eigene Handeln zu hinterfragen, Probleme zu identifizieren und Lösungen zu finden.

Unternehmer, die in eine Krise hineinsteuern, verfallen oft in hektische Betriebsamkeit oder in eine Schockstarre: Die einen investieren in kostspielige Werbemittel ohne nennenswerten Nachgang. Die anderen ziehen sich ganz zurück. In einer Krise ist vor allem ein kühler Kopf gefragt – und ein Blick auf Unternehmensabläufe, die sich optimieren lassen.

Ein Beispiel aus der Praxis zeigt: Manchmal ist das Gute längst vorhanden. Ein Unternehmer bat mich um eine Beratung – und wollte unbedingt ein neues Unternehmenskonzept erarbeiten. Er klagte über rückläufige Bestellungen und über eine schlechte Stimmung unter seinen Mitarbeitern. Neue Produkte und Innovationen sowie ein überarbeitetes Werbekonzept waren für ihn „die Sterne am Himmel“ – also die vermeintliche Firmenrettung. Bei der Analyse der Ist-Situation stellte sich jedoch heraus: Kunden wurden nach der Bestellungsabwicklung nicht wieder angefasst. Ein Fehler, denn durchschnittlich verlieren Firmen jedes Jahr rund 20 Prozent ihrer Kunden. Halten sie nur die Hälfte dieser Kunden, kann sich ihr Gewinn beinahe verdoppeln. Deshalb sind Kundenbindungsinstrumente für Unternehmen unabdingbar. So hat der Erfolg Bestand. Und so lässt sich eine Krise womöglich vermeiden.

Aus meiner Sicht ist ein regelmäßiger Check eines Unternehmens wichtig, unabhängig vom Jahresabschluss. So erkennen Betriebe rechtzeitig Krisen, die sich in der Regel durch kleine Vorläufer ankündigen. Lässt sich eine Krise nicht vermeiden, so muss man daraus lernen. Die Betroffenen stecken sich neue Ziele, überarbeiten Geschäftsideen, werden im Idealfall stärker und selbstbewusster – und wagen vielleicht auch einen zweiten oder dritten Versuch. Warum nicht aufstehen, wenn man hingefallen ist? Nicht das Scheitern ist schmachvoll, sondern es nicht zu versuchen. ■

Foto: privat