

Wichtig haben Unternehmer Zeit!

– wie ein Berliner Beratungsunternehmen Erfolg garantiert.

er Hausdorf
essante Par
portlern und
aus, wie die-
mit Ängsten
sitzen beide
che Fähigkeit-
d müssen ge-
errenten und
den angstlo-
n darstellen.
braucht die
influssnahme
der Berater,
ions League
elen zu kön-
gilt auch für
Unterneh-
mann hat mit
gsmethoden
on externen
utsche Nati-
Weltmeis-
emacht. Der
Weltmeister
ch mit Leich-
nkurrenz ab,
am hinter ihm
ethoden auf
Fähigkeiten
eziell fördert
usbaut.
von Wirt-
en sich aus
en, Vertriebs-
tiven Strate-
werden von
Beratern ge-
arbeiter aus
mmunikation,
o und Kreati-
durch hohe
enz aus, die
Schulungen
g gesichert
ebaut wird.
menschliche
klare Worte
s außerdem
arbeitet
ng mit Spezi-
jeweiligen
zusammen.
rteams sind
it bestehen-
beratungen,
Agen-turen
sammenzu-
r vorhanden
zu nutzen
zeugen. ■

INTERVIEW

mit **Olaf Brandenburg, Gründer und Inhaber Wirtschaftskraft/Die Brandenburgs**

Alle jammern und versuchen, Geld zu sparen. Da erscheint es vielen Unternehmern sinnvoll, die Kosten für Werbung gleich ganz zu streichen. Trifft die Sparwut auch Ihr Unternehmen Wirtschaftskraft?

Olaf Brandenburg: Nein. Erstaunlicherweise ist das Gegenteil der Fall: In der Krise lassen sich die Unternehmer mehr beraten. Viele realisieren, dass es nicht so weitergehen kann. Da bietet es sich doch geradezu an, sich mit Experten hinzusetzen und das Unternehmen von Grund auf zu analysieren, Schwachpunkte zu erkennen und Gutes noch zu verbessern.

Das kostet aber doch Geld. Unternehmensberatern eilt ja der Ruf voraus, teuer und am Ende nicht immer effizient zu sein.

Olaf Brandenburg: Erstens: Wir sind keine Unternehmensberater. Sondern wir bezeichnen uns als Marketing- und Vertriebsspezialisten. Wir liefern eine einzigartige Positionierung, Vertriebsideen und -maßnahmen, mit denen unsere Kunden mehr Erfolg und mehr Umsatz erreichen. Zweitens: Wir sind nicht teuer. Bei uns kostet ein sofort einsetzbares Kraftpaket nicht mehr als ein Kleinwagen. Wir beraten verschiedenste Branchen, dabei haben wir uns besonders auf den Mittelstand und den industriellen Mittelstand spezialisiert. Aber auch Großunternehmen stehen in unserer Erfolgsbilanz. Die von uns beratenen Unternehmen konnten in den vergangenen Jahren ihren Umsatz bzw. ihre Marktstellung steigern.

Das klingt ja nach einem echten Wirtschaftswunder. Wie lautet Ihr Geheimrezept?

Olaf Brandenburg: An Wunder glauben wir nicht – wohl aber an unseren Unternehmensnamen: Wirtschaftskraft. Unsere Strategie baut auf drei traditionellen Regeln der Wirtschaft auf: Weitsicht statt Tunnelblick, damit ist der berühmte Blick über den Tellerrand gemeint. Magnetismus – es geht darum, die maximale Anziehungskraft zu entwickeln. Und Angriff – Angriff ist die beste Verteidigung.

Sie versprechen Unternehmen, dass ihr Umsatz sich garantiert erhöhen wird. Ist das nicht gefährlich leichtsinnig in wirtschaftlich unsicheren Zeiten?

Olaf Brandenburg: Nein, überhaupt nicht. Wir vertrauen auf unsere seit 18 Jahren praktizierte Arbeitsweise. Wir wissen, dass sie verlässlich funktioniert! Andernfalls stünden wir mit unserem Versprechen schnell ohne Kunden da ...

Dann stimmt die alte Weisheit „gestärkt aus der Krise gehen“ am Ende doch?

Olaf Brandenburg: Ja, unbedingt. Wer sich jetzt, in schwierigen Zeiten, auf seine Stärken besinnt und sie deutlich nach vorne stellt, ist der Gewinner von morgen.

Gibt es Unternehmen, bei denen Sie rasch erkennen, dass jegliche Beratung sinnlos wäre?

Olaf Brandenburg: Nein. Wir glauben, dass in jedem Unternehmen gute und erfolgversprechende Kräfte stecken – manchmal muss man sie nur wecken oder wiedererwecken. Da ist ein kritischer Blick von außen

hilfreich. Oft haben sich mit der Zeit in vielen Firmen kleine Fehler eingeschlichen, die mit den Jahren gewachsen sind. Wer seit Jahren mit diesen Fehlern arbeitet, erkennt sie gar nicht mehr. Wir kommen von außen und analysieren knallhart – auch wenn es wehtut. Dafür ist die Heilung dann umso erfreulicher.



„Ein klares Alleinstellungsmerkmal ist das beste Mittel gegen die Krise.“

Welche sind die häufigsten Fehler, die Unternehmer machen?

Olaf Brandenburg: Sie grenzen sich und ihr Produkt nicht deutlich genug von der Konkurrenz ab. Ein Beispiel: Wenn es schon 70 Joghurtmarken gibt, ist die Markteinführung eines 71. eigentlich überflüssig. Trotzdem gibt es mutige Unternehmer und Vorstände, die die 71. Marke etablieren. Nur wer dem Kunden genau erklären kann, warum er ausgerechnet die neue Marke braucht, wird Erfolg haben.

Welche Leistung bekommt man, wenn man Sie als Beratungspartner auswählt?

Olaf Brandenburg: Ich sage Ihnen zuerst, was Sie bei uns nicht bekommen: Telefonbuchdicke, kostspielige Konzepte voll mit

Ratschlägen, wie Sie es besser machen können.

... machen das denn andere Beratungsunternehmen so?

Olaf Brandenburg: Ja, leider. Genau deshalb gehen wir andere Wege und grenzen uns damit bewusst von Unternehmensberatungen ab! Wir haben einen Paketpreis – das heißt, es gibt keine unvorhergesehenen Zusatzkosten. Am Anfang steht eine grundlegende Analyse, auf deren Basis wir eine nachhaltige und branchenspezifische Strategie entwickeln. Diese beinhaltet die Schärfung oder Entwicklung eines Alleinstellungsmerkmals, mit dem sich die Unternehmen deutlich von der Konkurrenz abgrenzen und auf neue und bestehende Kunden magnetisch wirken. Dazu erarbeiten wir eine einzigartige Kernaussage und neue, innovative Vertriebsmaßnahmen.

Wie viele Mitarbeiter haben Sie?

Olaf Brandenburg: Bei Wirtschaftskraft arbeiten 30 Experten aus den Bereichen Kommunikation, Marketing, Vertrieb und Kreation. Drei Dinge sind uns überaus wichtig: Zuverlässigkeit, menschliche Offenheit und klare Worte.

Sie scheinen trotz Wirtschaftskrise optimistisch – wie kommt's?

Olaf Brandenburg: Ich habe Freude an den Aufgaben und Ergebnissen, die ich gemeinsam mit meinem Bruder Sven seit 18 Jahren angenommen und erreicht habe. Es ist schön zu sehen, wie sich Unternehmen weiterentwickeln, neue Marktanteile dazu gewinnen und mehr Umsätze generieren.

Laetitia Schwarz