



BEST MINDS MEET: DIE KLÜGSTEN KÖPFE BEIM UNTERNEHMERSYMPOSIUM IN MERAN
Die Essenz des Erfolgs

Ende Mai trafen sich 80 Unternehmer aus Bayern, Tirol und Südtirol in Meran, um gemeinsam mutige Perspektiven für die Zukunft zu entwickeln. Der Gedankenaustausch zeigte häufig verkannte Gesetze für wirkungsvolle Produktentwicklung, Mitarbeiterführung und Verkauf.

von Judith Innerhofer

Mit dem Innovationsprojekt „Best Minds Meet“ trafen die Organisatoren – das Zentrum für Wissens- und Technologietransfer des TIS innovation park in Zusammenarbeit mit der Tiroler Zukunftsstiftung und Bayern Innovativ – auf reges Interesse. Rund 80 geladene Führungskräfte aus Produktion, Verkauf und Human Resources aus dem gesamten deutschsprachigen Raum fanden sich Ende Mai auf Schloss Pienzenau in Meran ein. An einem dermaßen starken Zulauf hatten die Initiatoren Evelyn Oberleiter und Christian Höller lange gezweifelt: „In Zeiten der Wirtschaftskrise ist die Teilnahme an einem Kongress für viele Unternehmer keineswegs selbstverständlich.“ Der gemeinsame Nenner derjenigen, die den zuweilen weiten Weg nach Meran aber doch antraten, ist unverkennbar ihr unternehmerischer Erfolg. „Best Minds Meet“ – die klügsten Köpfe treffen sich – lautete so auch das Motto der Veranstaltung. „Dahinter“, so erläuterte Höller einleitend, „stand die Vision, erfolgreiche Unternehmer zusammenzubringen, um

branchenübergreifend voneinander zu lernen und neues Wissen zu generieren.“ In Workshops wurden gemeinsam Prinzipien für Effektivität, Leistung und Gewinn entwickelt. Im Zentrum stand der Praxisaustausch zwischen jenen, denen dies bereits gelungen ist – ohne Elitedenken. **Praktiker im Mittelpunkt.** Das Wissen, das sich dabei ansammelte, wird in Kürze der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Um die Ergebnisse der Workshops entsprechend festzuhalten, stand jeder Gruppe ein Redakteur zur Seite. Die Teilnehmer sind damit gleichzeitig Mit-Autoren eines 250 Seiten starken Management-Buches mit Reportagen, Unternehmerportraits und Interviews, das im Herbst durch den Verlag des F.A.Z. – Instituts der Frankfurter Allgemeinen Zeitung erscheint. Beigefügt wird der Publikation eine DVD mit einem Dokumentarfilm über das Treffen – als Regisseur wurde niemand geringerer als der Südtiroler Grimme-Preisträger Andreas Pichler engagiert. Einleitend folgten die Teilnehmer gebannt den Impulsreferaten dreier „Erfolgsmenschen“, deren Branchen, Karrie-

ren und Strategien zwar unterschiedlicher nicht hätten sein können, in ihren Erfolgskonzepten aber doch wesentliche Gemeinsamkeiten erkennen ließen. **Von Lego lernen.** Über Lego und zeitgemäße Strategien erfolgreicher Produktentwicklung berichtete etwa der Hamburger Unternehmensberater Jens Hoffmann. „Die größten Hürden für Produktinnovation und Erfolg sind Gruppen- und Expertendenken“, äußerte Hoffmann prompt Kritik. „Gruppendenken führt dazu, dass man sich in einer Peer Group auf den kleinsten gemeinsamen Nenner einigt. Und dieser besteht in der Regel aus Schablonen, die in der Vergangenheit funktioniert haben, große Teile der heutigen Realität aber ausblenden.“ In Kombination mit exklusivem Expertendenken, dem „Anabolika für Unternehmer“, hinderten sich so viele Entscheidungsträger selbst daran, innovative Erfolgswege für die Zukunft zu erkennen. Als logische Konsequenz müsse man verstärkt auf „Open Innovation“ setzen, also unternehmensintern auch das Risiko eingehen, mit Nicht-Experten zusammenzuarbeiten. „Unse-

re Kunden wissen schließlich, was sie wollen und brauchen“, so das Fazit des Beraters. Anschauliches Erfolgsbeispiel dafür ist die von Hoffmann selbst betreute Lego-Produktschiene „Lego Serious Play“. Befand sich der traditionsreiche Konzern noch vor fünf Jahren in einer äußerst angespannten wirtschaftlichen Situation, so ist mit Hilfe eines radikalen Umbauprogramms der Weg zurück zum Erfolg in kürzester Zeit gelungen. Kernstrategie ist dabei die Einbeziehung der Kunden und ihrer Grundbedürfnisse – in diesem Falle der Stolz, selbst ein einzigartiges, komplexes Lego-Produkt zu entwerfen, das bei hohem Web-Rating anderer User unter Umständen sogar in den Verkaufsregalen landet. Unternehmer können also einiges von Lego lernen: „Wir müssen uns öffnen und ein Partnership mit unseren Kunden aufbauen. Dann haben wir die Chance, auch in schwieriger und schnelllebiger werdenden Zeiten zu bestehen.“ **Mitarbeiterführung und Kundenbezug.** Die Fähigkeit zur Kooperation wurde mit Nachdruck auch von Christian



Initiatoren Evelyn Oberleiter und Christian Höller: „Erfolgreiche Unternehmer zusammenbringen und neues Wissen generieren.“

Gansch hervorgehoben. Gansch, der erst als Dirigent der Münchner Philharmoniker und später in der Musikindustrie Karriere machte, veranschaulichte Fehler und Erfolgskonzepte in der Mitarbeiterführung mit der Schwierigkeit, ein aus unzähligen Einzelspielern zusammengesetztes Orchester zu einer Einheit werden zu lassen. Die größte Schwäche vieler großer Unternehmen bestehe im Fehlen des abteilungsübergreifenden Blickkontaktes, führte der Münchner in seinem von Stan-

ding Ovations gekröntem Vortrag aus. Der prägnante Rat des charakterstarken Dirigenten: „Aufeinander hören – miteinander handeln“. Wie Gansch hat auch Gisèle Rufer ihre Karriere als Quereinsteigerin und damit unternehmerische „Nicht-Expertin“ begonnen – mit höchstem Erfolg. Die Schweizerin startete ihre unternehmerische Laufbahn mit 41 Jahren bei der Markteinführung der Kinderuhr Flik-Flak. „Dabei“, so erzählt die Schweizer Unternehmerin des Jahres 2008, „war ich einfach die richtige Frau am richtigen Ort.“ Als Mutter, ehemalige Lehrerin und Verkäuferin brachte sie die idealen Voraussetzungen für die Lancierung einer Kinderuhr mit – und verkaufte in kürzester Zeit viermal mehr Flik Flak-Uhren, als die Geschäftsleitung erwartet hatte. Heute führt Gisèle Rufer ihr eigenes Unternehmen und produziert Uhren für Frauen. „Meine Uhren für Frauen werden von Frauen hergestellt und für Frauen vermarktet“, erklärt sie das Erfolgsrezept der edlen Zeitmesser, das wiederum in der Besinnung auf die Kundenbedürfnisse liegt.

INNSBRUCKER NORDKETTEN BAHNEN
 www.nordpark.com

P FREI GRATIS PARKEN 08.00-18.00 UHR

Kostenloses Parken in der Congress- und Citytiefgarage bei Kauf eines Kombiticket Alpenzoo oder einer Einzelfahrt zur Station Seegrube bzw. Hafelekar. ACHTUNG! Pro Pkw und Lenker maximal 1 Ausfahrtsticket lösbar.

ALPEN ZOO KOMBI KOMBITICKET ALPENZOO € 10,-

Das Kombiticket Alpenzoo berechtigt zur Fahrt mit der Sektion I Hungerburg zum Alpenzoo und retour sowie Eintritt in den Zoo! Gratis Parken in der Congress- und Citygarage von 08.00 - 18.00 Uhr.

LEINGARTNER'S JEDEN FREITAG: ABENDFAHRTEN

Lassen Sie sich in Leingartner's Restaurant Seegrube jeden Freitagabend kulinarisch verwöhnen. Die Bahnen der Sektion II Seegrube verkehren von 18.00-23.30 Uhr!



