

Schwerpunkt Innovation und weiteres Wachstum für 2007

Für die Geschäftseinheit Deutschland und Österreich sind für 2007 rund 250 Neuanstellungen bei den Beratern geplant. In Wien sollen bis zu 15 neue Berater ins Team geholt werden.

2006 wurde die Einheit Deutschland und Österreich der Boston Consulting Group um 170 Berater erweitert. 2007 peilt man die 250er-Marke an. In Wien sollen heuer noch zehn bis 15 Berater-Neuanstellungen erfolgen. Man suche auch Quereinsteiger ohne wirtschaftswissenschaftliche Vorkenntnisse, heißt es. Mathematische und analytische Begabung seien vorausgesetzt, so Geschäftsführerin und Partnerin Antonella Mei-Pochtler, da könne die Vorbildung im

Grunde auch theologisch oder philosophisch sein. Der „Intake-Mix“ von Nicht-Wirtschaftswissenschaftlern betrage 30 bis 40 Prozent, sagt sie.

Man wünsche sich auch mehr weibliche Berater: Deutschland/Österreich strebe eine Erhöhung von einem Viertel Neueinsteigerinnen für 2007 auf ein Drittel an.

Fokus: Innovation

Vergangenes Jahr stieg der Umsatz der Geschäftseinheit Deutschland und Österreich um 15 Prozent auf 305 Millionen Euro. Weltweit stieg der Gesamtumsatz 2006 um mehr als 20 Prozent auf 1,8 Milliarden US Dollar – heute gibt es 63 BCG-Büros in 37 Ländern.

Man wachse mit den Kunden mit, so Mei-Pochtler. Im vergangenen Jahr wurde von Kundenseite vor allem Expertise in Strategie, Wachstum und Innovation, Effizienz, Kosten, Prozesse sowie im Bereich



Team zufrieden, Mission auf Schiene. Das BCG-Team Österreich (erste Reihe): Rainer Reich (Office Manager) und Antonella Mei-Pochtler (Chairwoman, Mitglied des weltweiten Executive Committee). Zweite Reihe (v. li.): Walter Bohmayr, Christian Krammer (Mitglied Financial Services Practice) und Dieter Tschach (Mitglied IT Practice).

Foto: Regine Hendrich

Merger & Acquisition nachgefragt. Das Themenfeld „Innovation“ werde 2007 fokussiert. Marktforschungen zeigen zu-

dem, dass die Kunden zurzeit die Themen Globalisierung, Effizienz/Kostenstruktur und Marktdynamik besonders beschäftigen, so Rainer Reich, Geschäftsführer und Partner.

Outsourcing & Banking

Einen weiteren Schub werde es im Bereich IT-Outsourcing geben, so BCG-Partner Dieter Tschach. Dies auch, wenn die Kundenzufriedenheit in vielen Fällen unter den Erwartungen gelegen habe. 15 Prozent der Outsourcing-Entscheider haben ihre Deals rückgängig gemacht, so Tschach. Outsourcing sei eben keine einmalige Sache, müsse im Einklang mit der Strategie erfolgen, um in den Prozessen besser und à la longue auch billiger werden zu können.

Für die Banken in Osteuropa, so BCG-Partner und Geschäftsführer Christian Krammer, sei nun ein Umdenken notwendig. Die Privatisierungswelle in Osteuropa sei – Ukraine und Russland ausgenommen – vorbei, jetzt gehe es um strategische Portfoliovereinbarungen. Die österreichischen Großbanken werden bei diesen Abtauschgeschäften ihre Position halten und weiter ausbauen können. (apa, haa)

DER STANDARD **Webtipp:**
www.bcg.at

„Weiterempfehlung wäre das Traumhafteste“

Bis der Vertrieb läuft, gilt es viel zu beachten

Bernhard Madlener

In Bezug auf den eigenen Vertrieb mangle es vielen Unternehmern an Selbstvertrauen. „Der Verkauf ist leider oft ein ungeliebtes Kind“, meint Karl Loidhold, Leiter der LCS Marketing & Sales Services Wien, die sich unter anderem der Vermittlung von Vermarktungskonzepten und dem Telefonmarketing verschrieben hat.

Diese Art des Misstrauens oder auch des Missverstehens in den eigenen Reihen fuße mitunter ganz einfach auf schlechten Erfahrungen: „Sie können als Unternehmer die besten Ideen haben. Aber wenn der Vertrieb das nicht entsprechend umsetzt, nützt Ihnen das alles gar nichts.“

Wobei Loidhold überzeugt ist, dass vor allem kleine und mittlere Firmen in dieser Hinsicht ein Problem haben. Er kenne etliche Fälle von Jungunternehmern, „die technisch unheimlich gut drauf sind, denen aber die Erfahrung fehlt, dies potenziellen Kunden auch gebührend darzustellen“.

Neue Kunden an sich zu binden gehöre zu den schwierigsten Kapiteln des Unternehmertums. Diese so genannte „Kaltakquise“ werde mitunter „als unangenehm empfunden“. Wobei es sich genau an dieser Stelle rechnet, in gutes Personal investiert zu haben. „Verkauf ist immer ein Gespräch von einem Menschen zu einem anderen. Egal welcher Konzern, egal welche Marke Sie sind – am Ende steht eine Einzelperson, die Sie vertritt.“

Um an neue Deals zu kommen, empfiehlt der LCS-Chef, sich zuerst um die Zielgruppe zu kümmern. „Gute Vorbereitung ist alles. Es kann sein, dass sich die Vorstellung bei 50 gut ausgesuchten Firmen viel besser lohnt als bei 400 beliebigen.“ Entsprechend groß sei auch der Rahmen mög-

cher Einsparungen an ebendieser Stelle.

Um mögliche Kunden auffindig zu machen, gelte es vor allem, die Bedarfsindikatoren herauszuarbeiten. „Wir müssen weg von den Produktfeatures und hin zur Nutzenorientierung“, so Loidhold. „Sie können einen Stereo-Radiorecorder mit 70 Watt, 25 verschiedenen Tasten und Dolby Surround anpreisen – aber damit wird der Kunde noch nicht wissen, was daran besser ist als an dem Gerät, das er schon hat.“

Fundamental sei die Frage der Ansprechpersonen im Unternehmen. „Welche Eintrittstüre verwende ich?“ – So sei es vielleicht verlockend, gleich den Geschäftsführer als Letztverwalter des Geldes zu kontaktieren.

Aber eine genaue Ahnung von allen Detailbereichen des Unternehmens dürfe man hier vor allem bei großen Firmen nicht voraussetzen. „Als Unternehmer reden Sie natürlich am liebsten mit dem Chef. Ich sage aber: Wenn die Ebene darunter abblockt – etwa die IT-Abteilung, die das Produkt im Endeffekt verwenden soll – dann haben Sie keinen Erfolg.“

In diesem Sinne sei der Weg „bottom-up“ – also über die Begeisterung der Anwender, die dann sozusagen beim Geschäftsführer betteln gehen – der mitunter Erfolg versprechendere.

Umgekehrt sei es für den Vertrieb bzw. für ein Unternehmen essenziell, „gefunden zu werden“. Damit erspare man sich „die erste Stufe, den mühevollen Weg der Kaltakquisition“.

Hat man sich schließlich am Markt etabliert, wäre es „natürlich das Traumhafteste, einfach weiterempfohlen zu werden“. Bis dahin ist es jedoch gerade für Neugründungen ein harter, steiniger Weg.

DER STANDARD **Webtipp:**
www.lcs.at

FASZINATION VERKAUF

TEIL 6

Iventa: Märkte und Büroleiter in CEE



Die Suche nach Führungskräften im zentral- und osteuropäischen Raum erfolge in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Büros vor Ort – man betreibe kein Franchisesystem. Projektablauf sowie Beratungsqualität seien in allen Märkten gleich, so das Iventa-Team vergangenen Mittwoch anlässlich eines Business Breakfast zum The-

ma „Führungskräfte suche in CEE“. Im Bild: Gerlinde Berger (Partner CEE, Iventa) und Martin Mayer (Managing Partner, Iventa), beide links im Bild mit ihren CEE-Bürochefs (v. li.): Anda Bog (Bukarest), Andrej Bolfek (Zagreb), Ágnes Börcsök (Budapest), Dana Blechová (Bratislava) und Bronislava Slámová (Prag).

Foto: Andy Urban

JENEWEIN & PARTNER

THE AMROP HEVER GROUP

Herausfordernde Aufgabenstellung in der Betreuung Neuer Märkte! Steigen Sie ein in ein dynamisch wachsendes börsennotiertes Unternehmen!

Besser, schneller, effizienter und persönlicher – wir verändern und optimieren kontinuierlich betriebliche Prozesse und Abläufe: In Österreich, wo wir eine führende Position im Finanzdienstleistungsbereich einnehmen, und in Zentral- und Osteuropa, wo wir durch unser Wachstum und durch Akquisitionen weit über dem Marktdurchschnitt zulegen.

Für unsere Zentrale in Wien suchen wir eine/n Spezialisten/in für

Finanzplanung und -controlling – CEE

Führende Versicherungsgruppe

Sie werden im Bereich Konzernplanung und -controlling unsere Gesellschaften in den Neuen Märkten (Rumänien, Bulgarien, Russland, Ukraine) innerhalb eines Teams betreuen, deren Zahlen- und Informationsfluss analysieren, ihr Finanzwesen integrieren und aktiv an den Abschlüssen unserer Tochtergesellschaften mitarbeiten. Sie sind in allen Fragen der gesetzlichen und steuerlichen Agenden dieser Märkte Ansprechpartner unseres Hauses. Nach einer abgeschlossenen Wirtschaftsausbildung verfügen

Sie über mindestens 3 Jahre Erfahrung im Controlling eines Finanzdienstleistungsunternehmens oder kommen von einem Steuerberater / Wirtschaftsprüfer. Sehr gute EDV- und Englisch-Kenntnisse und flexible Reisebereitschaft setzen wir für diese interessante Aufgabenstellung voraus. Jede Ostsprache ist von Vorteil. Unser eingespieltes Team freut sich auf einen Teamplayer mit ausgeprägtem analytischen Denkvermögen, Einsatzbereitschaft und internationaler Orientierung.

Wir wachsen und bieten unseren Mitarbeitern exzellente Karrierechancen. Operative Funktionen innerhalb der Unternehmen dieser Märkte sind Teil ihrer Entwicklung. JENEWEIN & PARTNER, z.Hd. Herrn Mag. Sebastian Beinl, Schmidgasse 3, 1080 Wien, Tel.: 01/403 08 28-84, Fax: 01/403 08 28-93, www.jenewein.at oder e-mail: sb@jenewein.at