

Bin ich ein Unternehmer oder scheitere ich in 12 Monaten?

FRANCHISING Viele an einer Selbstständigkeit interessierte Personen entscheiden emotional über den Schritt in die Selbstständigkeit. Nicht das Produktportfolio, die Finanzierung, der Markt etc. sind die notwendigen Erfolgsfaktoren, sondern die Persönlichkeit der zukünftigen Unternehmerin oder des zukünftigen Unternehmers.

VON MARKUS GULDIMANN*

Das Modell einer ganzheitlichen Abklärung



Wenn eine Person Franchisenehmer oder Unternehmer werden will, wird sehr genau das Produktportfolio und der Markt analysiert, die Finanzierung sichergestellt und – wenn es ganz professionell zugeht – ein vollständiger Businessplan erstellt. Zudem werden Gespräche mit möglichen Kunden, Partnern und Kollegen geführt. Alles ist somit in Ordnung, und der Entscheid, ich werde Unternehmer, kann gefällt werden!

Scheitern an sich selber

Leider wird die subjektive Frage an sich selber, bin ich überhaupt ein Unternehmer, zu etwa 80 Prozent nie gestellt. Warum nicht? Hat man Angst, seinen Traum nicht erfüllen zu können? Oder träumt man von Ruhm, Anerkennung und viel Geld? Es ist erwiesen, dass zirka 60 Prozent aller Jungunternehmer nicht wegen dem Geschäftsmodell scheitern, sondern an sich selber. Dies bedeutet, dass dieses hohe unternehmerische Risiko objektiv und messbar eliminiert werden sollte.

IdeeTransfer setzt seit Jahren erfolgreich bei der Selektion von eigenen Franchisenehmern wie auch bei Kundenaufträgen, bei Neugründungen, bei der Selektion von Geschäftsleitungsmitgliedern oder Kadermitarbeitenden erfolgreich und nachhaltig sein eigens konzipiertes «360°-Online-Assessment» ein.

Die Resultate der Handlungskompetenzen und Verhaltenspräferenzen ermöglichen einen ganzheitlichen Einblick in die Komplexität menschlicher Verhaltensweisen und Entwicklungspotenziale. Sie zeigen auf, wie sich der Interessent in Arbeits- und Stresssituationen verhält und vermittelt einen Einblick in die Unterschiede zwischen dem natürlichen Verhalten und dem beruflichen Rollenverhalten.

Persönlichen Antrieb messen

Die gemessene und dargestellte Wertestruktur beleuchtet das ganz persönliche Antriebssystem des Interessenten und erklärt, wie sich

die persönlichen Interessen und Werte sich in einer ganz bestimmten Situation äussern werden. Im Rahmen eines zielgerichteten Kompetenzmanagements wird die Führungskompetenz auf einem individuell festgelegten Kompetenzmodell, z.B. Geschäftsleiter/Unternehmer gemessen und einer passenden Vergleichsgruppe gegenübergestellt.

Ein Beispiel

Das Kompetenzmodell für alle bestehenden und zukünftigen IdeeTransfer-Partner sieht als Beispiel wie folgt aus:

1. Verkäuferische Überzeugungskraft

«Bedeutet, andere davon überzeugen zu können, ein Produkt oder eine Dienstleistung zu kaufen.»

2. Kommunikationsstärke

«Bedeutet, klar und effektiv mit Menschen innerhalb und ausserhalb des Unternehmens kommunizieren zu können.»

3. Beziehungsmanagement

«Bedeutet, positive Beziehungen mit Menschen ausserhalb ihres direkten Arbeitsumfeldes aufzubauen und zu pflegen.»

4. Kundenverständnis

«Bedeutet, die Bedürfnisse der Kunden zu erkennen und zu verstehen und diese so zu erfüllen, dass die Erwartungen der Kunden übertroffen werden.»

5. Ergebnisse liefern

«Bedeutet, einen hohen Grad an persönlichem Einsatz zu zeigen, um Aufgaben zu erledigen.»

6. Belastbarkeit

«Bedeutet, mit Problemen, Druck und Stress in der Arbeit in einer effektiven, professionellen und konstruktiven Art umgehen zu können.»

7. Personalentwicklung

«Bedeutet, andere zu beraten, zu unterstützen, ihnen Feedback zu geben und als Mentor zur Seite zu stehen, um die Entwicklung von beruflichen Kompetenzen und langfristigem Karrierewachstum

zu fördern und ihnen nützlichen Input dazu zu geben.»

8. Planungs- und Organisationsfähigkeit

«Bedeutet, eine effektive Organisation und Planung gemäss den Anforderungen des Unternehmens, indem Ziele definiert und Bedürfnisse und Prioritäten antizipiert werden.»

9. Qualitätsorientierung

«Bedeutet, dass hohe Qualitätsstandards bei der Arbeit gefördert und durchgesetzt werden.»

10. Visionskraft

«Bedeutet, langfristige Ziele zu erkennen und die Einführung unterschiedlicher oder alternativer Ideen zu gestalten.»

11. Motivationskraft

«Bedeutet, mit der eigenen starken Begeisterung und tiefen Leidenschaft eine Aufgabe gut auszuüben sowie auch andere zu Höchstleistungen anzuspornen.»

Was ist und noch muss

Mit der Auswertung des Kompetenzmodells wird festgestellt, inwieweit die notwendigen Persönlichkeitseigenschaften bereits entwickelt sind oder noch zum Unternehmer entwickelt werden müssten. Zudem werden mit der Überprüfung resp. mit der Messung «Ausgleich zwischen Job und Freizeit» die kollektive Lebenswaage, die Work-Life-Typen (Flow-, Frust-, Freizeittypen, Arbeitstiere), ein Burnout-Faktor und der subjektive gesundheitliche Zustand ermittelt.

Nichts dem Zufall überlassen

Mit dem gesamtheitlichen Ansatz des «360°-Online-Assessment» und dank der wissenschaftlich angewendeten Grundlagen, Methoden und einem stetigen Validierungsverfahren wird nichts dem Zufall überlassen.

Der Entscheid, Unternehmerin oder Unternehmer zu werden, darf nicht nur auf der Basis von Zahlen und subjektiven Wahrnehmungen gefällt werden, sondern es muss die Gewissheit vorhanden sein, dass diese Person auch für eine erfolgreiche Unternehmensführung befähigt ist. Als zukünftige Unternehmerin oder zukünftiger Unternehmer soll man Visionen haben oder zwischendurch auch träumen können. ■



*Markus Guldemann ist Dipl. Ing. FH/Wirtschaftsingenieur und Gründer/Inhaber des IdeeTransfer-Partnernetzwerks.