



Carola Kohler ist eines der beiden „K“ von „K&K Carola Kohler & Roman Kreitner“. Gemeinsam bietet das Beratungsduo Positionierungs-Coaching und Markenstrategieentwicklung für zukunftsorientierte KMU(s) an.

Ein Veränderungswunsch muss sein

Positionierungs-Coach Carola Kohler begleitete Spörk bei der Neupositionierung. Wie geht das? Ein Gespräch über sportliche Herausforderungen, lukrative Wunschkunden und freundliche Techniker.

dorthin kommt, wo sie hin wollen. Dazu gibt es viele individuelle Wege, die wir begleiten. Das einzige, was der Kunde dafür unbedingt mitbringen muss, ist Zukunftsorientiertheit und ein Veränderungswunsch.

Wie gehen Sie bei diesem Prozess vor?

Kohler: Wir haben fünf Basis-Workshops. Diese werden jeweils individuell angepasst, denn bei jedem sind die Baustellen jeweils unterschiedlich groß. Dabei erarbeiten wir Eckpunkte wie zum Beispiel ein aktuelles Stärken/Schwächen-Profil, die Individual Selling Proposition (ISP), definieren die Zielgruppe des Unternehmens oder die Probleme der Kunden und erarbeiten die Wunschkunden. Diese Workshops sind die unbedingt nötige Grundlage: Das ist schon auch eine sportliche Herausforderung für Unternehmen, die Führungskräfte fünf Mal für jeweils einen halben Tag aus dem Arbeitsprozess herauszunehmen, Handy weg, nicht rausgerufen werden dürfen ... aber es ist nötig, denn nur wenn alle stets wissen wo man gerade ist, kann ein gemeinsames Ergebnis verinnerlicht werden.

Sie definieren Wunschkunden: Was ist das?

Kohler: Jedes Unternehmen hat Kunden, für die man gerne arbeitet, auch wenn es nicht so viel bringt. Andere Kunden wiederum sind lukrativ, aber mühsam. Wir filtern jene Kundentypen heraus, für die man gerne arbeitet UND die lukrativ sind. Für diesen Kunden formulieren wir die Alleinstellungsmerkmale, und zwar so, dass er sie genau versteht. Wenn wir die haben, konzentrieren wir uns auf die fünf wichtigsten davon. Diese Reduktion ist schon auch ein anstrengender Prozess, aber sie führt zum Ziel.

Ist Spörk ein typischer Kunde für die Repositionierung?

Kohler: Ja, von der Größe und der Zielrichtung her in jedem Fall. Spörk hatte das Ziel, vom Komponenten-Lieferanten zur ersten Wahl für Robotik, Automatisierung und Steuertechnik sowie Schaltschrankbau für KMU(s) zu werden. Wir haben aber auch schon Einzelunternehmen repositioniert, wobei das auch eine Budgetfrage ist: Ein Repositionierungs-Prozess in der Größenordnung kostet mindestens 12.000 Euro, und für den Marken-Strategen, der unbedingt nötiger Bestandteil davon ist, kommen nochmal ca. 6.000 Euro dazu.

Dieser Prozess wird in Niederösterreich erstmals von der Standortentwicklungsagentur Ecoplus gefördert. Was ist das Ziel dahinter?

Kohler: Bei diesem Ecoplus-Pilotprojekt steht der Kooperationsgedanke im Vordergrund. KMUs sind oft vorsichtig mit Partnerschaften, weil sie ihr Know-how nicht so gerne aus der Hand geben. Ecoplus geht es darum, das in Fluss zu bringen und die Stärken von Unternehmen nutzbringend zu verbinden.

Was war eine Besonderheit an der Arbeit mit Spörk?

Kohler: Als erstes ist uns aufgefallen, wie freundlich und offen alle Mitarbeiter waren. Das ist nicht unbedingt typisch für Techniker. Bei Spörk sind wir wirklich herzlich empfangen worden. Im Prozess selbst waren die Mitarbeiter von Spörk sehr engagiert und diszipliniert, und letztendlich vorbildlich in der Umsetzung der Ergebnisse. Das hat wohl auch mit dem Geschäftsführer zu tun: Herrn Schwarz haben wir nicht als Chef-Chef erlebt, sondern als einen, der sich selbst auf Augenhöhe mit den Mitarbeitern einbringt und stark auf das Miteinander setzt. □

Unternehmen mit Veränderungswunsch, das sind die Zielkunden des eingespielten Duos Carola Kohler und Roman Kreitner. Gemeinsam erarbeiten sie zukunfts-fähige Visionen und konkrete Umsetzungen derselben. Während Kreitners Spezialgebiet die Markenstrategie ist, konzentriert sich Kohler auf das Coaching und die Erarbeitung von umsetzbaren Strategien. Wie das bei Spörk gelaufen ist, ist typisch für KMUs – und auch wieder nicht, wie die gebürtige Hamburgerin im Gespräch mit AUTlook erzählt.

AUTlook: Was verstehen Sie unter „Repositionierung“ für ein Unternehmen?

Carola Kohler: Wir wollen Unternehmen stärken, das herauszuholen was in ihnen liegt – wir, das sind Roman Kreitner und ich, wir führen diese Prozesse als bewährtes Team gemeinsam durch. Es geht nicht darum, von außen zu kommen und den Unternehmern zu erklären wie der Hase laufen muss. Das ist vielmehr ein Entwicklungsprozess. Durch gezielte Fragestellungen werden dem Unternehmer und seinem ausgewählten Steuerungsteam bewusst, wo sie aktuell stehen und wie man von da aus