

Welt macht es den Dienstleistungsbetrieben einfacher, erfolgreiche Modelle zu kopieren und Wissen sich anzueignen.

Die eigentliche „Produktion“ eines Produktes oder einer Dienstleistung wird vergleichbar, daher wird es für den Kunden auch praktisch unmöglich, Qualitätsunterschiede festzustellen. Es hat zur Folge, dass der Preis bald als das alleine selig machende Element erhalten muss. Das ist dann wiederum ruinös.

### Menschliche Positionierung

Es liegt am „Faktor Mensch“, den Unterschied auszumachen und ein Unternehmen, ein Produkt oder eine Dienstleistung in „der Welt“ zu platzieren. Zu den andernorts schon thematisieren Service-Dienstleistungen kommt dem Verkauf je länger desto mehr auch in Kleinstunternehmen eine überlebenswichtige Stellung zu.

„Das hätte ich auch gekonnt, aber der hat sich einfach besser verkauft“ – solche Zitate begeg-

### LITERATUR-TIPP



#### Verkauf doch einfach

user manual für den praktischen Verkauf im Fach- und Detailhandel  
Verlag A & O des Wissens  
104 Seiten, Softcover

ISBN 978-3-905327-77-9 CHF 19.80



KAEGI SPRICHT KLARTEXT

## In sieben Schritten zum Spitzenmanager

Heinz Kaegi:  
Unternehmer, Sinn- und Teamentwickler, Kraftentfalter –  
[www.kaegi-empowerment.com](http://www.kaegi-empowerment.com)

Gemäss einer Studie des MZSG glauben 82 Prozent der befragten Manager, dass ein radikaler Wechsel im Management erforderlich ist. Die internationale Gallup-Studie bestätigt, dass in Europa im Schnitt weniger als 20 Prozent der Mitarbeitenden eine hohe emotionale Bindung zur Arbeit pflegen. Das Resultat: Die Seele der Unternehmen flüchtet in die Freizeit. Die Produktivität leidet. Die Wettbewerbsnachteile kosten Milliarden. Was ist zu tun?

*Die Wirtschaft braucht für eine nachhaltige Wertschöpfung mehr Leader mit Kraft statt Manager mit Macht. Führungskräfte, die bei sich und anderen Potenziale freilegen, um ein Arbeitsumfeld zu schaffen, welches die Mitwirkenden begeistert und deren Produktivität steigert. Diese Herausforderung verlangt Persönlichkeiten, die ihre Handlungen nicht auf den nächsten Quali- und Bonustermine ausrichten, sondern die Interessen der nächsten Generation aktiv fördern.*

*Welche Qualitäten zeichnen den Spitzenmanager von morgen aus und wie können diese entwickelt werden?*

#### 1. Sog von innen statt Druck von aussen

*Der Leader von morgen weiss wer er ist und wozu er existiert. Er hat die Sinnfragen für sich geklärt und hat ein Motiv: seinen Kerleistungsauftrag (Mission) erfüllen.*

#### 2. Vision statt Illusion

*Der Leader von morgen weiss, wohin er will. Er hat sich intensiv mit der proaktiven Gestaltung der zukünftigen Erfolgsgeschichte des Unternehmens befasst. Er hat die Spreu vom Weizen getrennt und ist beseelt von der Verwirklichung der essenziellen Ideale des Unternehmens. Die Gegenwart wird nicht mehr von der Vergangenheit, sondern von der Zukunft gesteuert.*

#### 3. Alle(s) für Eines

*Der Leader von morgen fokussiert alle Ressourcen auf das eine Ziel. Die Kernkompetenzen und Talente sind ausschliesslich darauf ausgerichtet. Alle wissen genau, worum es geht.*

#### 4. 100 Prozent dafür

*Der Leader von morgen handelt konsequent und verbindlich. Wer ja sagt, meint ja: seine Zusagen haben Gesetzescharakter. Die Zuverlässigkeit seiner Organisation ist geprägt von unternehmerischem Engagement, Eigenverantwortung und einem starkem Willen zum Erfolg.*

#### 5. Das Team kann mehr

*Der Leader von morgen transformiert Talente in Spitzenleistungen. Er ist selbst ein Teamspieler. Seine Teams sind getragen von Vertrauen, Ausrichtung auf gemeinsame Ziele und dynamischer Kraftentfaltung für den gemeinsamen Erfolg.*

#### 6. Mentor als Motor

*Der Leader von morgen gibt Erfolg weiter. Er fragt nicht „Was liegt hier drin für mich?“, sondern „Was liegt drin von mir?“. Er befähigt andere, seine Errungenschaften in die nächste Dimension zu führen.*

#### 7. Sein statt Schein

*Der Leader von morgen verkörpert die Veränderung, die er in seiner Welt sehen will. Er hat sein eigenes Tun zur Meisterschaft des Seins entwickelt. Seine Übereinstimmung auf der Achse Denken – Können – Wollen – Tun ist beispielhaft. Diese Glaubwürdigkeit leistet einen substanziellen Beitrag für das Engagement und die Produktivität der Mitarbeitenden.*

*Die Entwicklung und Realisierung dieser sieben Schritte zum Spitzenmanager ist eine ebenso grundsätzliche wie ernsthafte Aufgabe für Leader. Sie erfordert unter anderem kritisches Denken, Mut und Vertrauen. Diese Gesetzmässigkeiten sind die Grundlage des von Heinz Kaegi entwickelten LEX Leaders Excellence® Programms.*