



Fotos: Waldhäusl 121, Cox Orange

Die Wirtschaftskammer Wien bietet Klein- und Mittelunternehmen (KMU) ab zehn Mitarbeitern die Chance, ihren Betrieb auf Optimierungspotenziale checken zu lassen. Das Programm wurde von Alfred Harl (Foto Mitte), Obmann des Fachverbands Unternehmensberatung & IT (UBIT), entwickelt.

Sind Sie fit für den Aufschwung?

Die Wirtschaftskammer Wien startet eine neue Beratungsoffensive für Wiener Klein- und Mittelbetriebe (KMU) ab zehn Mitarbeitern. Wer vom Aufschwung profitieren will, aber noch nicht weiß wie, ist hier richtig.

Mit der Wiener Wirtschaft geht es wieder bergauf. Die letzten, teilweise sehr schwierigen Jahre haben die meisten Betriebe gut überstanden. Gewinneinbrüche wurden durch Umstrukturierungen, neue Produktideen und harte Arbeit weitgehend wettgemacht. Doch was nun? In Medienberichten ist immer wieder von einem deutlichen Wirtschaftswachstum zu hören - wie aber kommt dieses Wachstum auch im eigenen Betrieb an?

Mit dieser Frage beschäftigen sich viele Klein- und Mittelbetriebe, denn der Alltag im eigenen Unternehmen bestimmt oft das Geschehen - eine aktive Planung der Finanzen, des Kundenmanagements, der Personal- und Produktentwicklung kommt dabei oft zu kurz. Es läuft zwar ganz gut, zugleich spüren viele aber, dass mehr drinnen sein müsste.

In der Offensive

Für eben diese Unternehmen gibt es nun eine neue Beratungsoffensive der Wirtschaftskammer Wien. Entwickelt wurde das Programm für KMU ab zehn Mitarbeitern von Unternehmensberater Alfred Harl, der auch als Branchenvertreter

der österreichischen Unternehmensberater und IT-Dienstleister tiefe Einblicke in die Begleitung von Unternehmen hat. „Der Leitgedanke des Programms ist, dass wir Unternehmen einen raschen Überblick bieten wollen, wo sich das Unternehmen befindet, und dass wir daraus gemeinsam praktische Handlungsempfehlungen ableiten“, so Harl.

Start mit Quick-Check

Den Einstieg bietet ein Quick-Check (siehe Faksimile unten), der mögliche Handlungsfelder sichtbar macht. Noch mehr Klarheit bringt im nächsten Schritt die Analyse der Finanzen, der Kundengruppen, der Mitarbeitersituation und der

Produktpalette des Unternehmens. „Die Kundengespräche finden in der Regel im Betrieb statt, um vor Ort reflektieren zu können“, sagt Harl. Bei Bedarf werden auch weitere Personen in das Gespräch miteinbezogen - etwa der Steuerberater oder der Bilanzbuchhalter des Betriebs.

Ein wichtiger Grundsatz der Beratung lautet: Sie muss immer konkret auf die jeweilige Situation des Betriebs ausgerichtet sein, sonst wird die praktische Umsetzung der Empfehlungen nicht gelingen. Durchleuchtet wird unter anderem, ob Offerte rasch genug gelegt und tägliche Arbeiten effizient durchgeführt werden, ob der Steuerberater des Un-

ternehmens Monat für Monate seitenlange Saldenlisten statt aussagekräftiger Berichte mit klaren Empfehlungen liefert oder ob es bei Mitarbeitern zusätzliche Schulungen braucht, um die Innovationstätigkeit des Betriebs voranzutreiben.

Neue Impulse

Nach längstens sechs Stunden zieht sich der Berater aus dem Unternehmen wieder zurück. „Am Ende soll der Unternehmer klar sagen können, dass ihm die Beratung neue Wege aufgezeigt hat, Klarheit geschaffen hat und er die Freude und Lust gefunden hat, den Betrieb aktiv zu führen und damit wirtschaftlichen Erfolg zu haben“, sagt Harl. „Eine weitere Begleitung ist selbstverständlich möglich, auch unter Einbeziehung anderer Fachexperten und der WK Wien“, so Harl. Denn manche Themen würden eine längere Bearbeitung brauchen, etwa wenn ein sinnvolles Controlling fehlt und neu aufgebaut werden muss.

Die Beratung wird für Jungunternehmer zu 75 Prozent, für alle anderen Betriebe zu 50 Prozent gefördert. (gp)

Anmeldung und Info unter: www.kmu-wachstum.at/fit

QUICK-CHECK

Auch zu finden unter www.kmu-wachstum.at/fit/

Schon bei **einem NEIN**, ist das Beratungsgespräch sinnvoll für Sie!

Ziele	Erfüllt (ankreuzen)		
	ja	teilweise	nein
Gibt es die letzten 5 Jahre ein Jahr, wo der Umsatz um 20 % gesteigert wurde?			
Können Sie bei Umsatzeinbruch die Betriebsausgaben für 3 Monate abdecken?			
Können Preise der (4) wichtigsten Produkte um 10 % ohne Umsatzeinbruch erhöht werden?			