

Wissen managen heißt Problemlösungsfähigkeit managen

Michael Hihn berichtet über den Aufbau seiner Klientengruppen



Michael Hihn

Erwin Seyfarth entwickelte das Modell der Klientengruppen und führt es seit 20 Jahren erfolgreich durch. Die Teilnehmer dieser Strategiekreise sind Geschäftsführer einer Branche, die unter Konkurrenzausschluss zwei Mal im Jahr zusammenkommen, um Tacheles zu reden. Seyfarth coacht nun Beraterkollegen in der Anwendung seines Modells (www.klienten-gruppen.de). Michael Hihn hat 2004 damit begonnen, eigene Klientengruppen aufzubauen und berichtet über seine Erfahrungen.

SJ: Herr Hihn, wie ist der Stand der Dinge?

Hihn: Bis heute sind vier Gruppen entstanden. Eine fünfte möchte ich noch im ersten Quartal 2006 starten. Diese fünf Gruppen teilen sich in zwei unterschiedliche Themenkreise auf. Drei Gruppen laufen unter dem Titel „Arbeitskreis: Wissen nutzbar machen“ und sind speziell für Wissensunternehmer konzipiert. Darunter verstehe ich unternehmerisch denkende Menschen aus unterschiedlichen Branchen, die sich auf der Basis ihres er-

worbenen Wissens eine Existenz aufbauen bzw. ausbauen oder auch langfristig sichern wollen. Die anderen zwei Gruppen titeln „Strategiekreis Werkzeugmaschine“ und zielen auf Geschäftsführer der Werkzeugmaschinenindustrie, in der ich zudem als spezialisierter Berater tätig bin. Für beide dieser Themenkreise gibt es Gruppen im Raum München/Augsburg wie auch im Rhein-Main Gebiet.

SJ: Was sind Ihre Erfahrungen mit dem Aufbau der Gruppen?

Hihn: Das ganze Modell der Klientengruppenbildung ist aus meiner Erfahrung kein Weg, um schnell das große Geld zu verdienen. Um z.B. die zwei Gruppen des „Strategiekreis Werkzeugmaschine“ zu bilden - und diese sind noch recht klein - habe ich zwei Jahre und fünf Messebesuche gebraucht. Es gibt eine Menge von Engpässen, die man auf dem Weg dorthin überwinden muss. Doch ich sehe die zu erbringenden Vorleistungen als eine mittel- bis langfristige Investition. Das Seyfarth-Modell der Klientengruppen passt hervorragend in mein Portfolio als Berater und Experte für Wissensmanagement.

Klientengruppen sind kein Weg, um schnell das große Geld zu verdienen, passen aber hervorragend in mein Portfolio.

SJ: Was waren denn bisher die größten Engpässe?

Hihn: Das größte Hindernis beim Gründen einer Gruppe ist – so simpel es auch klingen mag - einen geeigneten Termin zu finden, an dem die Interessenten zusammenkommen können. Das Interesse ist häufig vorhanden. Doch sind z.B. gerade die Geschäftsführer der Werkzeugma-

schinenindustrie sehr viel - auch international - unterwegs. Um dieses Problem zu lösen, bin ich dazu übergegangen, auch mit Kleingruppen zu starten. Dabei habe ich die Erfahrung gemacht, dass sich um einen kleinen Kern leichter eine homogene Gruppe aufbauen lässt.

Um die Gruppen zu vergrößern oder Fluktuation auszugleichen, muss man entsprechend werben. Die richtige Dosierung zu finden, ist dabei Erfahrungssache. Bei zu vielen Anmeldungen muss man schon mal Interessenten absagen und dann springen kurz vor dem Treffen einige gebuchte Teilnehmer aus unvorhergesehenen Termingründen ab... Na ja, das sind eben die Startschwierigkeiten. Je mehr sich die Gruppen stabilisieren, desto weniger Schwierigkeiten dieser Art gibt es.

SJ: Wie finden Sie Ihre Ansprechpartner?

Hihn: Für den „Arbeitskreis: Wissen nutzbar machen“ konnte ich viele Menschen aus dem Umfeld des StrategieForums gewinnen. Im Bereich der Werkzeugmaschinenindustrie habe ich am Anfang den Fehler gemacht, zu große Firmen und darin die falschen Personen anzusprechen. Inzwischen mache ich recht gute Erfahrungen damit, die Geschäftsführer kleinerer, inhabergeführter Unternehmen zu kontaktieren. In der Mehrzahl sind das „Kaltkontakte“, die ich auf der Messe anspreche. Ich notiere alle Kontaktgespräche und verfolge, wen ich wann und wo schon angesprochen habe, welches Portfolio dieses Unternehmen hat und ob die Geschäftsleitung mit Interesse reagiert bzw. bereits weitergehende Unterlagen erhalten hat. Dazu benutze ich die Strategie-Datenbank MEPI. Beim zweiten oder dritten Besuch merke ich, dass die Leute anfangen sich zu erinnern. ►

SJ: Welchen Nutzen bieten Sie den Unternehmen im „Strategiekreis Werkzeugmaschine“?

Hihn: Diese stark mittelständisch geprägte Branche hat einen hohen Exportanteil. Und gerade in der Dynamik des globalen Marktes müssen mittelständische Unternehmen mit ihren Ressourcen sehr sparsam und zielgerichtet umgehen, um einerseits ihre Chancen wahrzunehmen und andererseits finanziell nicht zu verbluten. Ich biete den Unternehmenslenkern der Branche den kulturellen Rahmen, um im ehrlichen Erfahrungsaustausch mit erfahrenen Kollegen noch bessere strategische Konzepte zu entwickeln. Allerdings: Das beste Konzept, die neueste Technologie und auch der Erfahrungsaustausch mit anderen alleine garantieren noch

keinen dauerhaften Erfolg. Erst mit der methodischen Umsetzung beginnt sich die Erfolgsspirale dauerhaft zu drehen. Und an diesen Aspekten wird in meinen Gruppen gearbeitet.

SJ: Verfolgen Sie dabei eine bestimmte Systematik?

Hihn: Aus meiner 35-jährigen Berufserfahrung und der langjährigen Verbindung zum StrategieForum habe ich unter dem Motto „Wissen managen heißt Problemlösungsfähigkeit managen“ ein einfaches Modell entwickelt. Danach hat Wissensmanagement vier Handlungsfelder: 1. Entwicklung eines strategischen Konzeptes: Hier bietet die EKS eine bewährte Basis. - 2. Einen kulturellen Rahmen zum Erfahrungsaustausch schaffen: Wer teu-

re Irrtümer vermeiden und seinen Horizont erweitern will, dem hilft die Klientengruppe. - 3. Technologieeinsatz: Hier bietet vor allem das Internet viele neue Möglichkeiten. Und als Strategie-Datenbank ist MEPI ein flexibles Instrument für das persönliche Wissensmanagement. - 4. Methodische Umsetzung: Ein gutes Beispiel für methodische Umsetzung ist das Nachfragesystem von Horst Sven Berger. ■

Kontakt:

**Michael Hihn - Tel (06074) 81 28 27
Fax (06074) 81 28 28
michael.hihn@t-online.de
www.wissen-managen.de
www.mepi.de - EKS® und MEPI® sind eingetragene Warenzeichen.**

Der Aufbau von Klientengruppen

Buchtipps von Dr. Sonja Ulrike Klug



Thomas Rupp:
Der Aufbau von Klientengruppen. Neuer Start als Berater. Hamburg: Studio E. Seyfarth, 2005. (Ohne ISBN). 91 Seiten. Preis: 21,40 Euro

Mit seinem Konzept der „Klientengruppen“ hat Erwin Seyfarth eine neue Form der Unternehmensberatung kreiert und über 20 Jahre lang perfektioniert und erfolgreich am Markt etabliert. Gerade in der heute wirtschaftlich schwierigen Zeit, in der Seminartrainer und Unternehmensberater häufig unter Auftrags-

knappheit leiden, ist es möglich, sich mit diesem in der Öffentlichkeit noch weitgehend unbekanntem Geschäftsmodell eine sichere Existenz aufzubauen. „Die Praxis zeigt, dass es sehr gut möglich ist, Klientengruppen aus einem bestehenden Geschäft und aus den unterschiedlichsten Konstellationen heraus zu entwickeln“ (S. 33). Voraussetzung sind neben der EKS die Fähigkeit, Personenkreise durch Moderation zu einer Lösung zu führen, sowie Kenntnisse und Kontakte in einer Branche.

Im Buch wird das Konzept der Klientengruppen sowie sein Nutzen für Berater/Trainer ausführlich vorgestellt. Es wird eingehend erklärt, wie man eine Klientengruppe organisiert (Adressbeschaffung, Mailingaktionen, Kooperationsmöglichkeiten usw.). Außerdem kommen verschiede-

ne Berater zu Wort, die ihre persönlichen Erfahrungen mit Klientengruppen beschreiben. - Empfehlenswert für alle Berater, Trainer und Führungskräfte, die der eigenen Existenz eine neue Richtung geben wollen! Das Buch ist nicht im Handel erhältlich und nur über Erwin Seyfarth direkt beziehbar, unter www.klienten-gruppen.de oder **Tel (040) 34 50 55 ■**



Dr. Sonja Ulrike Klug ist Vorstandsmitglied im Strategie Forum und Buchexpertin