



Juli 2011

Im Gespräch: André Gentz



Die Firma ServiceGut wird von Dipl.-Ing. André Gentz geführt und arbeitet mit einem festen Team aus extern und intern ausgebildeten Moderatoren. Die Firma ServiceGut ist für diverse geförderte Beratungs- und Schulungsprojekte zugelassen und akkreditiert. Es wird eine intensive Beziehung zu Hochschulen und den Fraunhofer Instituten (IAO und IPK) gepflegt. Das Kernberatungsthema Service Engineering wurde 2009 durch die Disziplin Wissensbilanzierung erweitert. Seitdem werden Informationsveranstaltungen zu „Wissensbilanz - Made in Germany“ und die Erstellung von Wissensbilanzen in unterschiedlichsten Branchen moderiert: Touristik, GaLaBau, beratende Berufe, Ingenieurswesen, Berufliche Weiterbildung und IT-/TK-Unternehmen im Mittelstand.

Herr Gentz, warum haben Sie sich für die „Wissensbilanz – Made in Germany“ als Methode für die Beratung Ihrer Kunden im Bereich Geschäftsoptimierung und für die eigene Geschäftsanalyse entschieden?

Wir haben nach einer Methode gesucht, die das systemische und strategische unternehmerische Denken unterstützt. Vorgabe war, ein Instrument zu finden, das komplexe Zusammenhänge ohne großen Aufwand für Berater und Mandant verständlich darstellt. Wir beabsichtigten zudem, uns selbst mit der Wissensbilanz und der dazugehörigen Software (Wissensbilanz-Toolbox) noch besser im Markt aufzustellen.

Als junges Beratungsunternehmen, Schulungseinrichtung und Portalbetreiber wissen wir recht gut, wie Ideen zur Produkt- und Dienstleistungsreife geführt, neue Geschäftsbereiche aufgebaut oder Unternehmen weiterentwickelt werden. Wir beherrschen als externe Berater unter anderem die fundierte und komplexe Analyse der Stärken und Schwächen von ganzen Unternehmen, einzelnen Geschäftsbereichen oder Menschen.

In unserem Unternehmen und auch in Kundenprojekten arbeiten wir mit recht komplizierten oder aber auch sehr einfachen Tools. Die „Wissensbilanz – Made in Germany“ ist eine Methode und ein Instrument, welches genau dazwischen liegt. Es ist nur auf den ersten Blick kompliziert, ersetzt für uns einzelne kleine Arbeitsmittel und bietet gute Visualisierungen zur Stärken-Schwächen-Analyse. Außerdem können wir sowohl das Thema Service-Engineering als auch weiche Erfolgsfaktoren mit der Wissensbilanz-Toolbox bearbeiten.

Welche Überraschungen haben Sie beim Erstellen ihrer Wissensbilanz erlebt?

Ich bin von den Ergebnissen nicht überrascht worden, habe aber als Inhaber der Firma zwei Erkenntnisse gewonnen, die ich so nicht vermutet hatte: Zum Einen deckt unsere Wissensbilanz falsche Sichtweisen von mir und auch Widersprüche in einzelnen Vermarktungskonzepten auf. Die zweite Erkenntnis ist, dass Kooperation und Wissenstransfer, mit denen sich Berater oft schwer tun, in unserem Unternehmen ein Erfolgsfaktor ist. Nicht überrascht haben mich der hohe Stellenwert der Sozialkompetenzen in einem Dienstleistungsunterneh-



men, so wie wir es sind. Unser Unternehmen muss mit jedem seiner Berater und Trainer diese Kompetenz ausstrahlen.

Welche Impulse haben Sie aus den Ergebnissen der Wissensbilanz gezogen?

Aus dem Potenzial-Portfolio ergibt sich, dass der Geschäftserfolg „Wachstum“, wie die Anzahl der Kunden in den ertragsreichen Geschäftsfeldern, zu analysieren ist. Außerdem wollen wir die Strukturen für externe Kooperation und Wissenstransfer weiter ausbauen. Im Wirkungsnetzwerk zeigt sich, dass die Sozialkompetenz nicht nur den größten Einfluss im Unternehmen ServiceGut hat, sondern auch mit starker Wirkung auf die anderen wichtigen Einflussfaktoren sofort wirkt.

Einen starken und sofortigen positiven Einfluss auf das richtige Kundenwachstum hat der Kerngeschäftsprozess Akquise. Der Geschäftserfolg „Bekanntheit“ wirkt zusätzlich und kurzfristig auf das Kundenwachstum. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass die Sozialkompetenz der „menschliche Top-Erfolgsfaktor“ ist: Der Berater und Trainer lebt die Themen vor, geht mit gutem Beispiel voran und sorgt für Vertrauen bei seinen Bestands- und Neukunden.

In welchen Abständen wollen sie künftig Wissensbilanzen durchführen?

Das Geschäftsmodell wird jedes halbe Jahr hinsichtlich Geschäftsumfeld überprüft und erweitert, ohne die Strategie grundlegend zu verändern. Nach heutigem Stand werden wir im nächsten Jahr für zwei unserer fünf Geschäftsfelder Beratung, Schulung, Service-Portal, Vortrag und Befragungssysteme eine eigene Wissensbilanz.

Wieso ist die Erstellung einer Wissensbilanz gerade für ein Unternehmen aus Ihrem Bereich wichtig?

Ich bin der Überzeugung, dass nicht nur Sozial-, Pflege- und Krankeneinrichtungen eine Wissensbilanz erstellen müssen, sondern auch Beratungsunternehmen und Schulungseinrichtungen. Allen ist gemeinsam, dass sie wertschätzend und vertrauensvoll mit Menschen arbeiten, bzw. arbeiten sollten. Die Wissensbilanzierung kann für beratende Berufe, die verlorenes Vertrauen zurückgewinnen wollen, ein gutes Unterscheidungsmerkmal im Markt darstellen. Ich denke hierbei insbesondere an die Finanzdienstleister.

Grundsätzlich befähigt die Wissensbilanz ein Unternehmen mit unterschiedlichsten Geschäftsbereichen, so wie es bei uns ist, sich immer wieder strukturiert, zukunftsorientiert und betriebswirtschaftlich folgendermaßen zu hinterfragen: Was sind neben den harten Faktoren wie dem Umsatz oder dem Ertrag unsere weichen Erfolgsfaktoren? In welchem Bereich des Human-, Struktur- oder Beziehungskapitals minimieren wir und in welchem Bereich erhöhen wir die Investitionen?

Welche Faktoren haben den größten Einfluss auf Ihren Geschäftserfolg?

Die Sozialkompetenz wirkt direkt auf alle drei Geschäftserfolgsarten. Auch die Kooperation mit Unternehmen innerhalb der Branche nebst internem und externem Wissenstransfer haben großen Einfluss. Das Erfolgskriterium „Kundenzufriedenheit“ ist der zentralste Einflussfaktor, da er sich positiv auf die anderen beiden Erfolgskriterien Wachstum und Bekanntheit nebst Akquise auswirkt.



Welche Maßnahmen haben Sie aus den Ergebnissen abgeleitet? Wie werden Sie diese nun umsetzen und welchen Nutzen ziehen Ihre Kunden aus dem Ideen- und Wissenskapital Ihrer Firma?

Wir wollen die Erfahrungen aus den Wissensbilanzen nutzen, um unsere Kundenakquise zu optimieren und somit unseren Kundenkreis zu vergrößern. Die Verbesserung unseres Strukturkapitals hat auch unmittelbare Auswirkung auf die Geschäftsbeziehung zu unseren Kunden, die damit noch zielorientierter gestaltet werden können.

Konnten Sie bereits Erfahrungen mit der Wissensbilanz-Toolbox sammeln?

Ja. Durch die gute Software und das tolle Begleitmaterial mit Leitfaden und Best-Practise-Lösungen wird die Erstellung einer Wissensbilanz erleichtert und macht die Erfolge sichtbar. Die Vorteile der Toolbox sind, dass die einen strukturierten und übersichtlichen Aufbau bietet, eine konsequente Umsetzung der Methode ermöglicht und zudem ein insgesamt sehr stabiles System ist.

Herr Gentz, wir danken Ihnen für das Gespräch.