

»Einfach machen«

Sie suchen neue Impulse und Anregungen? Ulrike Lommerzheim ist eine der Autorinnen, die ihre »unternehmerische Schatzkiste« geöffnet haben, um das »Praxishandbuch für die Frau als Unternehmerin« zu ermöglichen. Zehn erfahrene Frauen aus verschiedenen Bereichen stellen jeweils in einem Fachbeitrag ein Thema mit vielen praktischen Beispielen vor. Das Buch enthält dadurch sofort umsetzbare Praxistipps, sei es für Existenzgründerinnen wie auch für langjährige Unternehmerinnen und Unternehmer. »Einfach machen« startet bewusst mit dem Beitrag einer Fachfrau für Marketing, der Unternehmensberaterin Ulrike Lommerzheim, die seit über 20 Jahren kleine bis große Unternehmen zum Thema »Spielregeln des Erfolgs für Unternehmerinnen« begleitet. Über Praxisratschläge für Selbstständige sprach DIE UNTERNEHMERIN mit **Ulrike Lommerzheim**.



Nach dem Studium der Wirtschaftswissenschaften mit Schwerpunkt Marketing in St. Gallen, Schweiz, hat **Ulrike Lommerzheim** u. a. beim Marktforschungsinstitut Emnid in Bielefeld als Studienleiterin gearbeitet. Vor über 20 Jahren gründete sie die Support Marktforschung und Unternehmensberatung GmbH. In Seminaren und Einzelberatungen begleitet sie maßgeschneidert und sehr praxisorientiert Unternehmerinnen und Unternehmer.

Der Buchtitel ist auf zwei Arten zu verstehen, einmal mit der Betonung auf »einfach«, oder »machen«. Welche Intention verfolgen Sie und warum brauchen gerade Frauen solch ein Buch?

In meinen Beratungen und Schulungen von Existenzgründern bis hin zu Führungskräften und Vorständen kann ich immer wieder erkennen, dass die Spielregeln des Erfolgs für alle gleich sind, unabhängig von der Branche oder der Größe eines Unternehmens. Letztendlich geht es primär immer um den Aufbau einer guten Beziehung zwischen Ihnen, als Unternehmerin, und den Kunden. Außerdem ist es wichtig, sich immer wieder die Frage zu stellen »warum sollte ein Kunde bei mir und nicht beim Wettbewerb kaufen?«. Dies bedeutet, dass es zunehmend darum geht, sich zu überlegen, wie man sich von anderen unterscheidet.

Unser Buch wurde geschrieben, um Frauen zu ermutigen selbstständig zu werden, zu sein und zu bleiben. Natürlich gibt es auf diesem Weg Widrigkeiten, diese habe ich auch erlebt und sie gehören zum Alltag von Menschen, die etwas unternehmen. Mein Beitrag ist sozusagen ein Konzentrat aus erfolgreichen und nicht so erfolgreichen

Erfahrungen, aber gerade aus letzteren können und müssen wir lernen. Und die Erkenntnisse aus beiden Erfahrungen wollten die anderen Autorinnen und ich einfach weitergeben.

Man sollte innerlich brennen, dieses Feuer nutzen und nicht zu viel grübeln und überlegen (wozu Frauen die Tendenz haben...). Dies bedeutet natürlich nicht ohne Kopf und Verstand zu handeln, sondern irgendwann heißt es »einfach machen« und die Ideen weiter verfolgen und umsetzen.

Es ist übrigens auch ein gutes Buch für Männer. Deshalb bringe ich es gern meinen männlichen Kunden mit, die erst irritiert gucken, aber bei und nach der Lektüre ein positives Feedback geben und bestätigen, dass es »eigentlich« keine geschlechtsspezifischen Unterschiede auf dem Weg zum Erfolg gibt.

Viele, die bereits länger ein Unternehmen führen, kommen an den Punkt, dass sie merken, die Strukturen oder Arbeitsweisen sind »eingefahren«. Welchen Tipp haben Sie für Unternehmerinnen, um dies gar nicht erst soweit kommen zu lassen?

Aktiv und »frisch« bleiben! Viele Dinge und Abläufe spielen sich in Unternehmen über die Jahre ein, das ist auch gut und wichtig, damit alles »rund läuft«. Aber gerade im 21. Jahrhundert ist es zwingend notwendig geworden, nicht nur einmal etwas zu entwickeln und zu glauben, dass dies über Jahre ausreichend ist. Denn ein »So war das schon immer«-Denken funktioniert heute nicht mehr.

Dem kann ich als Unternehmerin vorbeugen, indem ich ehrlich zu mir und den Kunden bin und mit diesen im Dialog stehe und bleibe. Auch bei mehrjähriger Erfahrung in seiner Branche ist es immer wichtig, die Augen und Ohren offen zu halten, die eigene und andere Branchen zu beobachten. Und die entsprechende Fachpresse lesen, um dort aktuelle Trends und Strömungen zu erfahren. Wir leben in einer Welt, in der ein Geschehen manchmal sogar die ganze Welt und ihre Märkte verändern kann, siehe die kürzliche Staubwolke des Vulkans in Irland.

Neben dem eigenen Offensein und -bleiben, ist es oft hilfreich sein Unternehmen konstruktiv kritisch durch die Lupe eines fachlich und sozial kompetenten externen Beraters oder einer Beraterin beleuchten zu lassen. Verständlicherweise haben viele Unternehmerinnen eine Hemmschwelle vor einer Marktforschungsanalyse oder dieser Art Unternehmensberatung. Doch dieser »offene gemeinsame Blick« kann helfen, die Stärken und Schwächen eines Unternehmens zu erkennen, die Potenziale der Beschäftigten zu steigern, die Kommunikation zu verbessern und Konflikte zu verringern. Oft werden dabei auch neue Märkte, Bereiche und Nischen entdeckt. Im Buch berichte ich z. B. von einer Unternehmerin, die Sonnensegel vertreibt und diese im Frühjahr und Sommer verkauft hat, jetzt gelingt es ihr auch mit Erfolg im Winter, weil sie durch meine Beratung erkannt hat, dass es immer einen Markt gibt.



Das Buch »Einfach machen« kann direkt per E-Mail bei Ulrike Lommerzheim bestellt werden zum Preis von: 19,80 Euro zzgl. 1,50 Euro Versand.

Wie kann man seine Kundenbeziehungen noch intensivieren oder ausbauen?

Einfaches Beispiel: Ich komme in ein Geschäft, sehe mich um, bekunde durch mein Auftreten mein Interesse, aber die Mitarbeiter im Geschäft unterhalten sich lieber, als dass sich mich bedienen. Hier gibt es keine »Wertschätzung« von mir als Kunde und ich verlasse verärgert das Geschäft – ohne etwas zu kaufen. Die bereits zu Beginn unseres Gesprächs betonte Kundenorientierung ist nicht verstanden und wird nicht gelebt. Und das ist bitter, denn eigentlich ist es doch so einfach, den Kunden mit einem Lächeln freundlich zu begrüßen, sich zu freuen, dass er in unser Geschäft kommt und alles dafür zu tun, dass er dieses zufrieden und mit einem Nutzen verlässt.

Ein Unternehmen bzw. ein Geschäft braucht auch, ich nenne es jetzt einmal »Sahnehäubchen«, das sind die Dinge, die Kunden nicht erwarten, über die sie sich freuen, weil sie etwas mehr als eigentlich nötig bekommen. Stellen Sie sich vor, Sie kaufen etwas Schönes für Ihre Wohnung. Bei der Übergabe überreicht Ihnen der Verkäufer dazu noch eine kleine Aufmerksamkeit, wie z. B. eine

Blume – das allein reicht doch schon aus! Natürlich muss der »Mehrwert« zu meiner Branche passen.

Das tiefe Geheimnis des Erfolgs ist, wie auch dieses Beispiel zeigt, dass es Ihnen um den Kunden geht und nicht um Sie selbst. Wenn ich als Unternehmen eine »Marke« werden möchte, gehört dazu auch ein hervorragender Service, der sich herumspricht. Nichts anderes ist »der gute Ruf«, im wahrsten Sinne des Wortes. Und das Ergebnis einer gelebten Kundenorientierung, Pflege und Kundenbindung ist der unternehmerische Lohn, der natürlich last but not least wichtig ist und nicht unerwähnt bleiben sollte.

Kontakt:
Ulrike Lommerzheim
 Support Marktforschung
 und Unternehmensberatung GmbH
 Gut Adelsried 3
 82347 Bernried am Sta.See
 E-Mail: info@support-unternehmensberatung.com
 Internet: www.support-unternehmensberatung.com