

Im Handel sind Kennzahlen und die gute alte Intuition gefragt

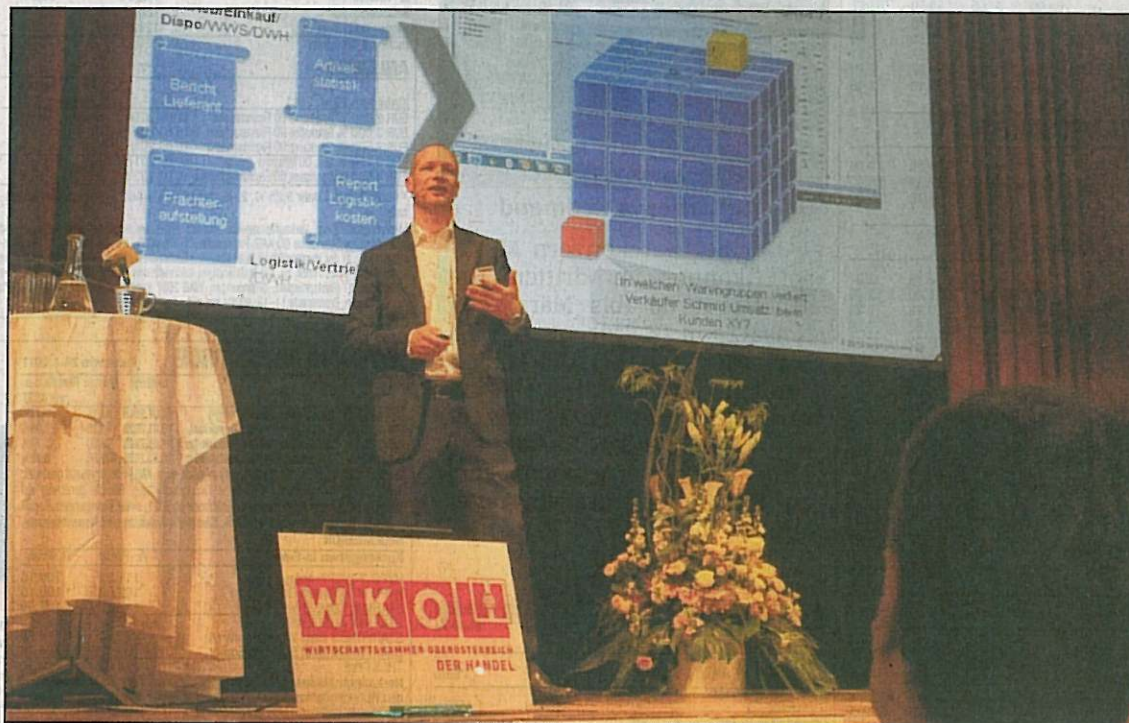
LINZ. Kennzahlen sind gut, Intuition ist besser. So lautete das Credo beim 9. Handelskongress der Wirtschaftskammer, der Donnerstag im Palais KV in Linz stattfand.

VON KARIN HAAS

„Kennzahlensysteme nehmen niemandem unternehmerische Entscheidungen ab“, sagt Richard Scharmann, der Vorstandschef des Papier- und Bürowarenkonzerns PBS Holding in Wels. Scharmann lenkt ein Unternehmen mit 210 Millionen Euro Umsatz und 900 Mitarbeitern, das in sechs Staaten tätig ist. Die Franchise-Schienen Skribo und Büroprofi gehören ebenso dazu wie die Belieferung von 70.000 gewerblichen Endkunden und die Schulheftproduktion Formatwerk.

Monats- und Quartalsberichte, rollierende Vorschauen, Bilanzen und jede Menge Daten: Ebit-Marge, Eigenkapitalquote, Gearing (Verhältnis Eigenkapital-Fremdkapital) und Deckungsbeitrag sind nur einige davon. „Die Probleme liegen meist in der Verknüpfung“, so Scharmann. Er hält viel von Kennzahlen. Für den PBS-Chef ist aber auch Intuition im Geschäftsleben unerlässlich: „Das Bauchgefühl ist bei strategischen Entscheidungen mindestens so viel Wert wie ein gutes Controlling-System.“

Bei so simplen Dingen wie Lager-Drehung, Flächenpro-



PBS-Chef Richard Scharmann beim Handelskongress in Linz

Foto: haas

duktivität und Kundenfrequenz freilich, helfen Kennzahlen bei der Effizienzmessung ungemein. PBS erstellt auch Serviceprofile mit Kennzahlen für Einzelkundengesprächen und bietet Basisdaten für seine Franchise-Partner.

Händler aller Branchen können ab Herbst auf ein Internet-Tool zurückgreifen, das die Wirtschaftskammer mit der KMU Forschung Austria erstellt. Damit könnten Branchendaten abgerufen werden und mit den

eigenen Unternehmensdaten verglichen werden, sagt Manfred Zöchbauer, der Geschäftsführer der Sparte Handel in der Wirtschaftskammer.

David Zwilling, 1974 Abfahrtsweltmeister und Slalom-Vize, sang auch in Linz das Hohelied der Kraft von Visionen. „Ohne Visionen gibt es keinen Erfolg“, so Zwilling (62), heute Unternehmer und gefragter Vortragender. Außerdem müsse man sich mental auf eine Sache focussieren, wolle man He-

rausragendes schaffen. „Will man Besonderes erreichen, muss man Besonderes leisten“, so Zwilling.

Die wertorientierte Führung von Mitarbeitern sei dabei besonders wichtig, betont Gerald Ziegler, Gründer und Leiter der Beratungsagentur impulswerkstatt in Linz. Denn wenn man Mitarbeiter „wie Bonsai“ beschneide und ihr Verhalten reglementiere, brauche man nicht zu wundern, wenn auch die Leistung klein bleibe.

ZITATE

„Der Handel braucht faire Rahmenbedingungen – auch in der Nahversorgung. Denn gerade hier ist der Handel auch ‚Seelen- und Humangärtner‘.“



FRANZ PENZ
Spartenobmann Handel in der Wirtschaftskammer Oberösterreich

☆

„Wir dürfen unsere Konsumenten nicht zu Tode schützen lassen. Schließlich wollen wir sie nicht entmündigen, sondern ihnen auf Augenhöhe begegnen.“



LUDWIG SCHARINGER
Generaldirektor der Raiffeisen Landesbank Oberösterreich

☆

„Um im Handel Erfolg zu haben, muss man Menschen mögen und sich selbst mögen und natürlich gute Produkte haben.“



CHRISTINE AMMERER
Betten Ammerer (zehn Filialen) mit Sitz in Ried

☆

„Management by Kaffeeautomat oder Management by Weihnachtsfeier ist nicht genug. Prozesse müssen auch im Handel professionell und nachvollziehbar optimiert werden.“



KARL WAGNER
Geschäftsführender Gesellschafter der Procon Unternehmensberatung, Wien