

EKS®-Phase 2: Das erfolgversprechendste Geschäftsfeld Stärken und Geschäftsfeld gehören zusammen

Prof. Dr. Lothar J. Seiwert

Im letzten TKB haben Sie erfahren, wie Sie Ihr Stärken-Profil feststellen können. Diesmal geht es darum, zu diesem „Schlüssel“ das passende „Schloß“ zu finden oder mit anderen Worten um die erfolgversprechendste Positionierung im Markt.

Ihre Stärken müssen zum Geschäftsfeld passen

Es gilt nun in Phase 2 ein Geschäftsfeld, also einen Markt zu finden, auf dem Sie Ihre Stärken optimal zur Geltung bringen können. Denn Ihre größte Stärke ist nichts wert, wenn niemand bereit ist, dafür zu bezahlen.

Auf dem Geschäftsfeld, das den eigenen Stärken am besten entspricht, agiert man von vornherein am sichersten und erfolgreichsten. Wichtig ist, daß Sie sich mit Ihrem Geschäftsfeld voll identifizieren können.

Viele Menschen lassen sich von außen bestimmen – von Kunden, denen immer alles recht gemacht werden soll, oder von Wettbewerbern, die den Großteil des Marktes scheinbar unter Kontrolle haben. Lassen Sie sich nicht von außen drängen, sondern bestimmen Sie Ihr Geschäftsfeld selbst.

Das Geschäftsfeld ist das richtige, das genau den eigenen Kräften entspricht. Es ist besser, zunächst ein zu kleines als ein zu großes zu wählen. Oder wie Cäsar sagte: „Lieber der erste im Dorf, als der Zweite in der Stadt.“

Wie finden Sie Ihr erfolgversprechendstes Geschäftsfeld?

1. Aus Stärken-Profil möglichst viele Geschäftsfelder ableiten

Leiten Sie aus Ihrem Stärken-Profil möglichst viele Geschäftsfelder ab. Suchen Sie intensiv und methodisch weiter. Zunächst reicht dabei eine grobe Orientierung hin.

2. Geschäftsfeld enger definieren

Werden Sie nun präziser in der Definition und grenzen Sie Ihr Geschäftsfeld ein. Je präziser Sie es nun definieren, desto schneller haben Sie Ihre ersten Erfolge, desto stärker steigt Ihre Motivation und desto schneller wird Wachstum verlaufen. Schnelle Anfangserfolge sind wichtig: Sie ziehen eine Kettenreaktion anderer positiver Wirkungen nach sich.

3. Eigenen Stärken treu bleiben

Ihr Geschäftsfeld können Sie ausdehnen, wenn Sie Ihren Stärken treu bleiben. Aber zaudern Sie nicht, es zunächst sehr klein zu fassen.

4. Geschäftsfeld testen

„Probieren geht über studieren!“ Wälzen Sie Ihre potentiellen Geschäftsfelder deshalb nicht monatelang im Kopf herum, sondern machen Sie sich möglichst rasch an die Erprobung und testen Sie Ihr Geschäftsfeld. Hilfreich ist hierzu das Trial-and-Error-Verfahren: Machen Sie einen kleinen Schritt in die grundsätzlich richtige Richtung und setzen Sie die dort gewonnene Erfahrung um. D.h. Sie lassen sich, wenn nötig von außen korrigieren und erproben dann auf dieselbe Weise den nächsten Schritt.

Fragen, die Sie konkret weiterbringen:

Notieren Sie zu diesen Fragen bereits erste Stichworte und Gedanken, die Ihnen jetzt in den Sinn kommen.

1. Welche Geschäftsfelder ergeben sich unmittelbar aus Ihren speziellen Stärken?
2. Welche weiteren Verwendungszwecke und Vermarktungschancen sehen Sie für Ihre Stärken?
3. Welche Geschäftsfelder ergeben sich aus der Kombination einzelner Stärken?
4. Welche Probleme können mit Ihren speziellen Stärken gelöst werden?
5. Welche Aufgaben und Geschäftsfelder hatte Ihr Unternehmen bisher?
6. Welche Aufgaben und Geschäftsfelder hat Ihr Unternehmen zur Zeit?
7. Auf welchen Geschäftsfeldern hat Ihr Unternehmen bisher die stärkste Marktstellung?
8. Auf welchem Geschäftsfeld kann Ihr Unternehmen relativ rasch die Marktführung übernehmen?
9. Mit welchem Geschäftsfeld können Sie sich am stärksten identifizieren?
10. Auf welchem Geschäftsfeld ist die Nachfrage am größten?

Die nächsten Schritte zum erfolgversprechendsten Geschäftsfeld

1. Möglichst viele Geschäftsfelder sammeln

Tun Sie dies unabhängig davon, ob sie sich derzeit realisieren lassen oder nicht. In Phase 5 und 6 werden Sie erfahren, wie Sie auch Aufgaben lösen können, die Sie scheinbar momentan nicht bewältigen können.

2. Intuitiv einige erfolgversprechende Geschäftsfelder aussuchen

Zu diesen zählen solche, zu denen Sie eine starke Neigung haben, für die Sie eine Realisierungschance sieht, oder in denen Sie bereits eine starke Marktstellung haben.

3. Geschäftsfelder bewerten

Welche Geschäftsfelder stimmen am stärksten mit Ihren speziellen Stärken überein?

Auf welchen Geschäftsfeldern werden Sie am liebsten aktiv?

Auf welchem Geschäftsfeld haben Sie das größte Marktführungs-Potential?

Erfolgversprechende Geschäftsfelder	Stärke	Priorität	Potential	Summe

► Tragen Sie Werte zwischen 0 und 100 ein. 100 Punkte = höchste Bewertung, d.h. völlige Übereinstimmung mit den Stärken oder höchste Priorität oder höchstes Marktpotential.

► Addieren Sie zeilenweise alle Werte und tragen Sie diese in die Spalte „Summe“ ein.

Die höchste Punktzahl gibt Ihnen einen Hinweis auf das erfolgversprechendste Geschäftsfeld.

7 Leitsätze für erfolgversprechende Geschäftsfelder

- 1 Ihre Stärken sind der „Schlüssel“ für das passende Schloß Ihres „Geschäftsfeldes“!
- 2 Lieber auf einem kleinen Geschäftsfeld der Erste als woanders der Zweite!
- 3 Was Sie gut und gerne tun, das machen Sie auch erfolgreich = Spitzenleistung!
- 4 Je enger Sie Ihr Geschäftsfeld definieren, desto schneller wird Ihr Erfolg sichtbar!
- 5 Entfalten Sie auf dem erfolgversprechendsten Geschäftsfeld Ihre Stärken!
- 6 Durch „Versuch und Irrtum“ finden Sie das zu Ihrem Stärken-Profil passende Geschäftsfeld!
- 7 Sie können beliebig wachsen, wenn Sie Ihren Stärken treu bleiben!

Anmerkung der Red.: Wir wollen Sie mit dieser Serie ermutigen und inspirieren, Ihre persönlichen Spitzenfähigkeiten verstärkt ausprägen, um dadurch als Trainer / Berater erfolgreicher die Herausforderungen der nächsten Jahre bestehen zu können. Wer sich intensiver mit dem Thema befassen möchte, sollte sich von der Redaktion unser EKS®-Info-Blatt mit Hinweisen auf weiterführende Literatur, Kontakte und Beratungsmöglichkeiten kostenlos anfordern. Wir danken Prof. Dr. Seiwert für seine Bereitschaft, das Thema vorzustellen.