

# KMU suchen Macher mit Verstand und Bauchgefühl

Wenn man aus der Praxis kommt weiß man, welche Mitarbeiter in kleinen und mittleren Unternehmen in leitender Funktion gebraucht werden. Rasch stellt man fest: In KMU sind andere Mentalitäten als in Konzernen gefordert. Gefragt sind Macher als strategische Denker – operative Macher, die die Ärmel hochkrepeln, die Ideen in die Entwicklung mit einbringen und sich auch nicht zu schade sind, mal in der Produktion oder im Service selbst mit anzupacken und sich auch mal spontan ins Auto zu setzen, wenn es bei einem Kunden brennt.

**KMU benötigen in der Unternehmensentwicklung und im Vertrieb Mitarbeiter, die einen guten Draht zur Zielgruppe des Unternehmens haben und deren Sprache sprechen** – nicht nur, weil sie aktiv im Verkauf mitarbeiten, sondern auch, weil sie keine Heerscharen von Marktforschern, Marketingspezialisten, Produktmanagern und Controllern beauftragen können, um zu ermitteln: Wo steht das Unternehmen, wo gibt es kurzfristige Potentiale, wie entwickelt sich der Markt? Wo ergeben sich neue Chancen bei welchem Risiko? Was brauchen und wünschen sich die Kunden? Mit welchem Aufwand und mit welchen Kosten ist das verbunden? Und: Welche Prioritäten sollen gesetzt werden, um das Unternehmen nachhaltig wettbewerbsfähig auszurichten?

**Führungskräfte in KMU brauchen vielfältige Branchenerfahrung sowie Technik und Betriebswirtschaft im Blut**, denn nur dadurch können Sie sich auch weitgehend auf ihren „Bauch“ verlassen – also auf ihr Gespür, was wichtig, sinnvoll und erfolgversprechend ist für diese Positionen. Deshalb sind diese Macher auch risikofreudiger als ihre Konzernkollegen – denn Sie können ihre Entscheidungen nicht durch stapelweise Marktanalysen und -daten absichern lassen. Entscheidungen werden hier auf Basis realer Branchen-, Markt- und Kundenorientierung getroffen. Nicht Schwätzen, sondern Handeln und Verantwortung übernehmen, anstatt Fakten sammeln, heißt hier die Devise.

Nicht Schwätzen, sondern  
Handeln und Verantwortung  
übernehmen, anstatt Fakten  
sammeln, heißt hier die Devise.