



## BESTANDSSICHERUNG DURCH VERBESSERUNG

VON JOHANN RISAK

Diese Kolumne basiert auf dem Vortragskonzept von Rudolf Hamp, ehemaliger Managing Director der General Motors Powertrain Austria, im IfU Dialog an der Wirtschaftsuniversität Wien am 2. April 2009. In diesem wird auf die Mission, die konsequent auf das Bestprinzip ausgerichtet ist, eingegangen. Der Wunsch nach kontinuierlicher Verbesserung steigert den Energiefluss im Unternehmen und befeuert das Realisieren von Bestleistungen.

46

**> In der Mission geht es** um die Kundenorientierung, die eigenen Stärken, den Wettbewerb und die kontinuierliche Verbesserung.

■ **Kundenorientierung:** »Wir begeistern unsere Kunden durch Produkte in bester Qualität zu wettbewerbsfähigen Kosten. Wir sind ein zuverlässiger und kompetenter Partner.«

■ **Unsere Stärken:** »Wir überzeugen durch Fertigungskompetenz und kontinuierliche Verbesserung.«

■ **Wettbewerb:** »Wir suchen ständig neue Herausforderungen durch Vergleich mit den Weltbesten. Unser Erfolg basiert auf Motivation, Verantwortungsbewusstsein und Weiterentwicklung.«

■ **Kontinuierliche Weiterentwicklung:** »Gemeinsam sichern wir unseren Standort durch Optimierung der Methoden, Kapazitäten und Ressourcen sowie Kreativität, Flexibilität und Teamgeist.« (Rudolf Hamp 2009)

### >> Kundenorientierung <<

Bei dieser sticht die sehr anspruchsvolle Kombination von bester Qualität und wettbewerbsfähigen Kosten hervor. Das eine solche, wenn realisiert, Kunden begeistern kann, ist einsichtig. Ein zuverlässiger und kompetenter Partner sein zu wollen, weist auf eine auf Langfristigkeit fokussierte Unternehmenskultur hin, welche wohl auch die Grundlage für die Hervorbringung von bester Qualität und wettbewerbsfähigen Kosten darstellt.

### >> Stärken <<

Bei diesen geht es um die Kompetenz in



**RUDOLF HAMP** »Wir begeistern unsere Kunden durch Produkte in bester Qualität zu wettbewerbsfähigen Preisen.«

der Kernfunktion und um deren kontinuierliche Verbesserung. Auf diese wirkungsvolle Kombination kommt es an, wenn ein Unternehmen die Kunden mit seinem überlegenen Angebot über längere Zeiträume hinweg davon überzeugen will, dass es zu den Besten gehört bzw. der Beste ist.

### >> Wettbewerb <<

Neben die ausgeprägte Kundenorientierung tritt im Wettbewerb die Suche nach neuen Herausforderungen und das Maßnehmen an den besten Wettbewerbern. Diese unbedingte Außenorientierung wird gestützt durch die Schaffung von exzellenten Voraussetzungen im Inneren (vgl. Franz Bailom u.a. 2006). Überlegene Leistungen und Produkte werden im Inneren realisiert, die Honorierung erfolgt jedoch von außen.

### >> Kontinuierliche Verbesserung <<

Diese realisiert sich in der Optimierung von Kapazitäten und Ressourcen sowie in der Kreativität, Flexibilität und dem Teamgeist. Kreativität spornt die Entwicklung von

neuem an, Flexibilität stellt eine kardinale Voraussetzung für die Anpassung an Neues dar. Durch einen ausgeprägten Teamgeist realisiert sich das gegenseitige wirkungssteigernde Ergänzen bei der Hervorbringung und der Umsetzung von Verbesserungen.

Was in dieser Mission fehlt, ist die explizite Erwähnung der Fähigkeit zum konsequenten Trennen vom Überholten. Das mag daran liegen, dass dieses schon zur Routine geworden ist. Dennoch sollte die Notwendigkeit des Trennens vom Überholten immer wieder angesprochen werden, denn diese passiert nicht so einfach, sondern bedarf meist einer persönlichen Überwindung, der Anordnung durch einen Dritten oder durch den Druck von Krisen.

Durch die Umsetzung der Mission sollte das Unternehmen ein attraktives, in den Stärken überzeugendes, sich den Herausforderungen stellendes und sich kontinuierlich verbesserndes Unternehmen sein können.

Zu einem erfolgreichen Jahr 2014 könnte eine Beschäftigung mit den Inhalten der vorgestellten Mission durchaus anregend für eine aufbruchsorientierte Stimmung im Unternehmen sein. Deren Umsetzung ermöglicht auf einer breiten Basis das Erleben der eigenen Kraft (positives Gemeinschaftserlebnis).

## LITERATURHINWEISE

**> Hampel, R. (2009):** Standort-sicherung durch kontinuierliche Verbesserung, Vortrag im IfU Dialog des Instituts für Unternehmensführung an der Wirtschaftsuniversität Wien.

**> Sennett, R. (2008):** Handwerk, Berlin Verlag.

**> Bailom, F./Matzler, K./Tschermernjak, D. (2006):** Was Top-Unternehmen anders machen, Lindeverlag Wien.