

### Mandat-Vorträge und Interviews

13. Januar 2023	✓	Interview / Podcast "So wachsen Firmen auch in der Krise" interviewt von Thomas Giersch, Markt & Mittelstand Prof. Dr. Guido Quelle
26. Januar 2023	✓	Interview / Podcast "Ist Wachstum noch angesagt?" interviewt von Udo Gast Prof. Dr. Guido Quelle
2223. März 2023	✓	Gastgeber des Seeon Summit Prof. Dr. Guido Quelle
25. April 2023	✓	Bundesverband Dentalhandel Vortrag von Fabian Vollberg "Vertrieb im Veränderungswettbewerb"
11. Mai 2023	✓	Interview: "Wie können Unternehmen nachhaltig wachsen" interviewt von Thomas Keiser, Industrieverband Körperpflege und Waschmittel, IKW Prof. Dr. Guido Quelle
25. Mai 2023	✓	Interview / Podcast: "The Uncomfortable Truth" interview von Dr. Alan Weiss Prof. Dr. Guido Quelle
5. Juni 2023	✓	Finale Ergebnisse der Arbeitsgruppe "Wertschätzung des Mittelstands in der Gesellschaft" Sitzung der MIT-Kommission Wirtschaft / Innovation / Forschung / Bildung, Berlin Prof. Dr. Guido Quelle
31. August 2023	✓	Interview / Podcast "Leadership is a Lifestyle" interviewt von Regina Volz Prof. Dr. Guido Quelle
68. September 2023		Gastgeber des 20. Internationalen Marken-Kolloquiums Kloster Seeon, Chiemgau Prof. Dr. Guido Quelle
13. September 2023		Vortrag im Rahmen des Fachplaner-Gold-TreffensIngenieurbüro Berthold Becker,

Bad Neuenahr-Ahrweiler Fabian Vollberg

12. Oktober 2023

SKOOPE.NET - Gesprächsrunde / Impulsgespräch "Projektfinanzierung & Nachhaltigkeit"

KTDM Development Consulting Group, Dortmund

Prof. Dr. Guido Quelle

16. Mai 2024

Festvortrag auf der Mitgliederversammlung 2024 Bayerischer Industrieverband Baustoffe, Steine und Erden e. V. (BIV),

Hohenschwangau Prof. Dr. Guido Quelle



### Veröffentlichungen

#### Lesen Sie aktuelle kostenfreie Veröffentlichungen zu wachstumsrelevanten Themen:

"Der Faktor Mensch im Vertriebsprozess" – KMU-Magazin, Ausgabe 4/5/2023

"Wachstumsorientierte Vertriebsstrategien" – KMU-Magazin, Ausgabe 3/2023

**"Wer kooperiert, verliert?! – eine kritische Betrachtung"** – DIE NEWS, Ausgabe 1/2/2023

**"Zum Umgang mit Krisen und Risiken"** – KMU-Magazin, Ausgabe 1/2/2023

"Erfolg mit Freude am Kochen: Die Rommelsbacher ElektroHausgeräte GmbH stellt die Weichen für die Zukunft" – KMU-Magazin, Ausgabe 9/2022

"Strategie? Marke? Jetzt? Ja!" - KMU-Magazin, Ausgabe 7/8/2022

"Wachstum durch Strategierealisierung" – KMU-Magazin, Ausgabe 6/2022

"Homeoffice als Wachstumsbremse" - KMU-Magazin, Ausgabe 5/2022

"Digitalisierung ohne Strategie ist nicht hilfreich" – DAS BRANCHEN forum, Ausgabe 4/2022

Alle aktuellen Fachartikel finden Sie auf unserer Website.



# Startschuss eines neuen Veranstaltungsformates: Mandat Zukunftsdialoge zu Gast bei ...

Im vergangenen Monat ist unsere neue Veranstaltungsreihe gestartet: Die "Mandat Zukunftsdialoge". Im Kern der Zukunftsdialoge steht der offene unternehmerische Austausch in limitierter und ausgewählter Runde zwischen Entscheiderinnen und Entscheidern gemeinsam mit Mandat. Es geht um einen Perspektivwechsel quer durch unterschiedliche Branchen. Es geht darun, Fragen zu diskutieren und Lösungsansätze mitnehmen zu können, unternehmerisches Knowhow auf Augenhöhe miteinander zu teilen und voneinander zu lernen. Und selbstverständlich darum, das eigenen Netzwerk auszubauen und das Unternehmen, bei dem wir zu

Gast näher kennenzulernen. Die Mandat Zukunftsdialoge werden jeweils bei einem mit uns eng verbundenen Unternehmen ausgerichtet und finden an regional wechselnden Orten mehrfach im Jahr statt.

Zur Premiere waren wir am 16. August 2023 im Norden Deutschlands **zu Gast bei der L&T Lengermann & Trieschmann GmbH & Co. KG** in Osnabrück. Unmittelbar im Anschluss, am 17. August 2023, fand ein weiterer Mandat Zukunftsdialog in Nordrhein-Westfalen **zu Gast bei der Gust. Alberts GmbH** in Herscheid statt.







 ${\bf Mandat\ Zukunfts dialog\ zu\ Gast\ bei\ L\&T\ in\ Osnabr\"{u}ck}$ 



Bei L&T gab uns Mark Rauschen, geschäftsführender Gesellschafter, nicht nur Einblicke in Highlights des größten Kaufhauses Norddeutschlands, sondern sprach frei über seine Anfänge bei L&T und seine aktuellen Zukunftspläne. In Herscheid waren wir zu Gast bei zwei Generationen Alberts und Alexander Alberts, verantwortlich in nächster Generation und geschäftsführender Gesellschafter sprach unter anderem über aktuelle Herausforderungen am Standort, seine kreativen Führungsansätze und zeigte uns im Alberts-Showroom die unglaubliche Bandbreite der Alberts-Palette im Fachhandel und Baumarkt. An beiden Tagen fanden die Veranstaltungen in Form eines gemeinsamen Abendessens ihren Ausklang.

Wir blicken zurück auf inspirierende Zufallsbegegnungen zwischen Unternehmern und wertvolle Perspektivwechsel – vom Einzelhandel hin zum mittelständische Industrieunternehmen.

Wir freuen uns auf weitere wachstumsstarke Mandat Zukunftsdialoge – wenn wir Sie also einladen, sagen Sie Ja!









Mandat Zukunftsdialog zu Gast bei der Gust. Alberts GmbH in Herscheid

## 8 aus 50: Den Wachstumscode ein Stück weiter entschlüsselt



Ein in seiner Form einmaliges Werkzeug zur Identifikation von Wachstumsbremsen und -potenzialen: 2014 entwickelten und veröffentlichten wir den Mandat Growth Indicator®. In fragebogengestützten Interviews mit den Schlüsselpersonen des Unternehmens durchdringen wir binnen eines Tages die Situation und Ansatzpunkte für profitables Wachstum.

Das Mandat Growth Indicator® Online-Assessment als schlanker Selbsttest bildet den Extrakt dieser umfassenden Methodik und gibt eine erste fundierte Einschätzung zur Wachstumskraft nach rund 20 Minuten.

Die Angaben aller beleuchteten Unternehmen haben wir über die Jahre zusammengetragen, verdichtet und nach Mustern analysiert. Das Ergebnis: 8 von den 50 erfragten Kriterien haben deutlichen Einfluss auf die Wachstumsergebnisse. Sind es "die" 8 Treiber für profitables Wachstum? Vielleicht nicht. Wer allerdings sein Unternehmen wachstumsorientiert ausrichten will, kommt nicht umhin, diese 8 zu berücksichtigen. Gewinnen Sie hier einen ersten Einblick:

#### Treiber 1: Bewusste Auseinandersetzung mit der Unternehmenszukunft – qualitativ und quantitativ

Je größer und komplexer ein Unternehmen ist, umso wichtiger ist eine auf den Punkt gebrachte Strategie – einfach erklärt als Verbindung zwischen dem "Heute" und der unternehmerischen Vision. Denn je mehr Personen an der Verwirklichung der Vision mitwirken sollen, umso wichtiger ist es, Aufmerksamkeit und Ressourcen zu bündeln und den Beteiligten Orientierung zu bieten.

Um die Strategie greifbar zu machen, empfiehlt es sich, Ziele und Messgrößen entlang der Strategie zu definieren: Woran erkennen wir, ob wir auf dem richtigen Weg sind (das sollte harte und weiche Faktoren umfassen)?

Die Strategie ist im ersten Schritt Verantwortung der Unternehmensführung. Überlegen Sie, welche wesentlichen Hebel in Bewegung gesetzt werden müssen, um in Richtung der Vision zu kommen. Formulieren Sie zudem aus der Vision abgeleitete Ziele auf Unternehmensebene – was konkret wollen Sie erreichen? Diese Klarheit an der Spitze ist notwendig. Hinreichend ist es aber erst, wenn Ihre Mitarbeitenden die Strategie und Ziele verstanden und für sich reklamiert haben (siehe nächster Punkt).

#### Treiber 2: Systematische Operationalisierung der Strategie

Wenn Strategien scheitern, dann nicht in der Konzeption, sondern in der Umsetzung. Zu häufig erleben wir, dass gute Konzepte in der Schublade verschwinden und "Business as Usual" fortgeführt wird. Nach der initialen Vorstellung und ggf. Diskussion der Strategie und Ziele ist es zwingend notwendig, Aktivität zu entfalten – ausdrücklich nicht nur an der Unternehmensspitze. Wachstumsstarke Organisationen zeichnen sich dadurch aus, dass die Mannschaft in der Lage ist, strategische Initiativen in Maßnahmen zu überführen und umzusetzen – und damit das Tagesgeschäft weiterzuentwickeln.

Erst diese bewusste Auseinandersetzung "Was bedeutet diese Strategie für uns/den Bereich/das Tagesgeschäft?" und die zugehörige Ableitung von Maßnahmen führen dazu, dass die Strategie ihre Wirkung entfalten kann. Zugleich entlastet dieses Verteilen der Verantwortung auf mehrere Schultern die Unternehmensführung, die sich damit verstärkt auf die große Linie konzentrieren kann. Überdies ist der Motivationsaspekt nicht zu vernachlässigen: Wer Mitarbeiter in die Strategierealisierung einbezieht, eröffnet die Möglichkeit, den eigenen Arbeitsplatz und die Unternehmenszukunft mitzugestalten.

Wenn Sie ein klares Bild Ihrer Strategie und Ziele haben, fördern und fordern Sie Ihre Mitarbeiter: Lassen Sie sich einen Plan vorlegen, was die Ziele für den einzelnen Bereich bedeuten und welche (Teil-)Ziele mit welchen wesentlichen Maßnahmen erreicht werden sollen. Um die konsequente Umsetzung einerseits und die Wirkung andererseits sicherzustellen, lohnt es sich, die Aufmerksamkeit auf diesen Themen zu belassen und die Realisierung regelhaft abzuverfolgen.

### Treiber 3: Offener und konsequenter Umgang mit Innovation

Einen deutlichen Einfluss auf die Wettbewerbsfähigkeit haben zeitgemäße und an den Kundenbedürfnissen orientierte Produkte/Leistungen. Deshalb ist es nicht überraschend, dass diejenigen Unternehmen überdurchschnittliche Ergebnisse erzielen, in denen Ideen frei diskutiert werden, aus Fehlern gelernt wird und stets die Möglichkeit zur Weiterentwicklung gesucht wird.



Neben diesem kulturellen Aspekt ist ein schlanker Innovationsprozess ein Turbo für die Umsetzungsgeschwindigkeit neuer Produkte/Leistungen. Erfahrungsgemäß haben viele Unternehmen einen akzeptablen Entwicklungsprozess, behandeln die vorangehenden und nachgelagerten Schritte aber stiefmütterlich: Wer Ideen wo einbringen soll, wer diese auswählt und einen Entwicklungsauftrag formuliert, ist ebenso selten geklärt wie das Vorgehen zur Einführung und Vermarktung neuer Angebote (das schon während der Entwicklung angestoßen werden kann).

Definieren Sie also für Ihr Unternehmen, wer Ideen zur (Weiter-)Entwicklung von Produkten/Dienstleistungen an welche Stelle geben soll und welche Stelle/welches Gremium über diese Ideen befindet. Bleiben neue Produkte/Leistungen hinter den Erwartungen zurück, schauen Sie insbesondere darauf, ab wann der Vertrieb eingebunden ist (Hinweis: idealerweise von Beginn an).

Eine wachstumsförderliche Fehlerkultur lässt sich nicht mit Einzelmaßnahmen erreichen. Wenn Fehler auftreten, achten Sie darauf, dass einerseits über Ursachen statt Schuldige gesprochen wird und andererseits diese Herausforderungen als Chancen zur Weiterentwicklung verstanden werden. Falls Sie feststellen, dass sich das Unternehmen stark mit sich selbst befasst, gehen Sie einen Schritt zurück und fragen Sie aktiv: "Was hat unser Kunde davon?"

#### Und nun?

Dies sind 3 der insgesamt 8 Treiber für profitables Wachstum. Die 8 Treiber sind nicht neu, aber jetzt ganz klar und einige sind womöglich auch überraschend. Wenn Sie eine Übersicht aller 8 Treiber erhalten wollen, schreiben Sie mir: pascal.kowsky@mandat.de



P.S: Wenn Sie das Online-Assessment durchführen wollen, klicken Sie hier.

# Neues Online-Wissensportal: "Wachstum für den Mittelstand"

Wir haben ein neues Wissensportal gelauncht: Die "Mandat Wachstumswelt" stellt mittelständischen Unternehmen Anwendungswissen mit hohem Praxisbezug und umfangreiche Handlungsempfehlungen aus langjähriger Beratungspraxis zum Thema profitables Wachstum zur Verfügung. Die digitale Wissensplattform soll dazu dienen, Wachstumsprojekte im Mittelstand zu beschleunigen und die persönliche Entwicklung von Unternehmenslenkern, Führungskräften und Leistungsträgern in mittelständischen Unternehmen zu fördern.

Im Einzelnen finden sich in der "Mandat Wachstumswelt" spezifisch zusammengestellte Kategorien – die "Wachstumswelt-Kontinente" – mit Wachstums-Know-how in Form von Fachartikeln und Studien, Videos und Podcasts sowie Praxistipps aus erfolgreich angewendeten Methoden und Instrumenten in Wachstumsprojekten. Innerhalb dieser "Wachstumswelt-Kontinente" können unterschiedliche Inhalte abgespeichert werden und das individuelle Nutzerprofil anreichern. Zudem werden kuratierte Themenbündel zu aktuellen Herausforderungen im Mittelstand und konkreten Aspekten, wie beispielsweise "Wachstum in der Krise", "starke zweite Führungsebene" oder "Turn-Around meistern" angeboten.

Die Registrierung in der "Wachstumswelt" ist mit einer einmaligen Pauschalgebühr verbunden und berechtigt dazu, die Inhalte der "Wachstumswelt" dauerhaft zu nutzen. Es entstehen keine weiteren Kosten beim Upload neuer Inhalte für die ersten "Wachstumswelt-Bürger".



Einen Testzugang zur "Wachstumswelt" und weitere Informationen finden sich hier: https://wachstumswelt.mandat.de/wachstumswelt

