

## Die Autoren

Simone und Jochen Stargardt  
Simone Stargardt ist Gründerin und Geschäftsführerin einer Privatakademie. Die Betriebswirtin war bei einem Lebensmitteldiscounter tätig und machte sich dann selbstständig. Jochen Star-

gardt ist Wirtschaftswissenschaftler, Unternehmensberater und Gesellschafter mehrerer Weiterbildungsstandorte der Franchise-Gruppe Carriere Et More.

**Informationen:**  
[www.diestargardts.de](http://www.diestargardts.de)

Anzeige



Rheinische Str. 6, 42781 Haan  
Tel.: 0 21 29 - 34 66 - 0, Fax: 34 66-69  
mail@rego-herlitzius.com  
www.rego-herlitzius.com

100 Jahre *zukunft!*

**REGO® PM 60 - 200**







**Messeaktion**  
Zweiter Kessel kostenlos!  
Zusätzlich Rücknahmebonus  
für Altmaschinen nutzen!

**11.990,-**

**14.990,-**

**19.990,-**

**25.990,-**

**29.990,-**

Aktionspreise gelten für Gehäuse lackiert (nicht Edelstahl).  
Alle Preise zzgl. MwSt. gültig bis 31.12.2013

südback 19.-22.10.2013  
Halle 7, Messe Stuttgart  
Stand D-39

# Sieben Schritte zum Macher

Bäcker sind Unternehmer / Eigene Rolle finden, Werte definieren, Kennzahlen prüfen

**W**er auf der Karriereleiter nach oben klettern will, muss Gas geben. Renommiertere Chefs und Macher wissen, auf was es dabei ankommt.

Es gibt Tugenden am Arbeitsplatz, die wichtig sind; und es gibt Dinge und Verhaltensweisen, die angehende Führungskräfte getrost vergessen können. Im Kern sind es sieben Schritten, die den Weg zum erfolgreichen Unternehmertum aufzeigen.

**1. Wollen:** Laut einer Umfrage des Instituts Gallup sind 87 Prozent der Deutschen mit ihrem Status quo unzufrieden. Wem die eigene Lage, ob in der Bäckerei oder in der Familie, nicht schmeckt, kann etwas ändern. Doch nur maulen hilft nicht. Im ersten Schritt ist es wichtig, sich zu verdeutlichen, wie das Leben weitergehen soll. Etwa ein Bild zu malen von der Welt, wie sie einem gefallen könnte. Oder seine Zukunftsvision auf ein Din-A4-Blatt schreiben.

**2. Fokussieren:** Zwei Drittel aller Chefs leiden unter widersprüchlichen Prioritäten. Das hat die Unternehmensberatung Booz & Company herausgefunden. Inhaber und Bäckermeister sollten ein Ziel haben oder eine Idee verfolgen und ihr (Arbeits-)Leben danach ausrichten. Und nicht ständig Freunde oder Kollegen fragen, ob der Weg richtig ist. Allerdings: Die Scheuklappen jedes halbe Jahr abzunehmen, ist empfehlenswert. Dann im Rückblick und gern mit Kritik von außen die Strategie überdenken und gegebenenfalls justieren.

**3. Weggefährten finden:** Jeder Handwerksbetrieb braucht starke Partner. Qualitätskriterien für die Partnerwahl lassen sich festlegen. Zuerst muss die Einstellung des Geschäftspartners mit der eigenen korrespondieren. Dann sollte sich der in seinem Feld stetig weiterbilden und Feedback geben. Schließlich sollte er „satt“ sein. Das heißt, genug zu tun haben und nicht auf jeden Auftrag angewiesen sein. Mit anderen Worten: Er sollte gute Geschäfte machen.

**4. Mutig sein:** Wer sich selbstständig macht oder eine Führungsaufgabe übernimmt, trägt die persönliche Verantwortung für sein Tun. Es kann

sein, dass das Vorhaben gelingt. Oder es kann scheitern. Sich vorher ein Worst-Case-Szenario zu überlegen, ist notwendig, um sich emotional zu festigen und Mut zu fassen. Denn das, was einem außerhalb der Geschäftswelt Halt gibt, wie Familie, Kinder und gute Freunde, bleibt, auch wenn es im Job nicht

**Unternehmer brauchen ein Ziel, das sie konsequent verfolgen.**

Foto: K. Gastmann/Pixelio.de



läuft. Sie sind die Energie- und Mutspender, die ein Macher braucht.

**5. Werte leben:** Schlecker hatte keine, Lehman Brothers wohl auch nicht. Aber Werte sind es, die Unternehmen prägen, die Mitarbeiter motivieren und Lebensqualität spenden. Wer als Chef seine Werte vermitteln will, sollte sie vorleben. Am einfachsten geht das mit einem Ritual wie dem Daily Huddle: Jeden Morgen seine Mannschaft um sich versammeln und über einen Wert reden, um damit einen positiven Impuls für den Tag zu geben.



**Simone und Jochen Stargardt geben Tipps.** Foto: Unternehmen

**6. Sichtbar machen:** Egal, welcher Weg gewählt wird, ob über das Produkt, die Galionsfigur oder die Marke: Unternehmer und Führungskräfte, die in Bäckereien tätig sind, müssen reden, sich und ihre Firma ins Gespräch bringen, öffentlich stattfinden. Das gilt übrigens auch für die interne Kommunikation. Nur wer präsent ist, wird wahrgenommen. Tipp: Prüfen, wo die Zielgruppe unterwegs ist. Nicht für alle sind Xing oder Facebook interessant. Oft bieten Klassiker wie eine Abendveranstaltung oder eine Messe viel bessere Gelegenheiten zur Kommunikation.

**7. Funktionieren:** Der Laden muss laufen. Die Qualität der Backwaren darf kein Zufall sein. Gute Macher sorgen dafür, dass der Betrieb funktioniert, indem sie Prozesse definieren, diese dann visualisieren, damit sie von den Mitarbeitern akzeptiert und gelebt werden. Die Aufgabe des Chefs eines Handwerksbetriebes ist, Prozesse mit Kennzahlen zu managen, sie zu prüfen, und sie zu verbessern. Und noch eins: „Ohne mich läuft gar nichts“, ist der schlechteste Führungsansatz. (abz)