Der perfekte Sanierungsplan

Autor(en): **Etschmayer, Patrik / Rapallo [Strebel, Walter]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **117 (1991)**

Heft 19

PDF erstellt am: **29.04.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-610883

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Der perfekte Sanierungsplan

VON PATRIK ETSCHMAYER

«Wir verkaufen Visionen» stand in jener Zeitung fettgedruckt und gesperrt über einer ganzseitigen Anzeige geschrieben. Leimgruber war die Überschrift sofort aufgefallen. Denn Visionen brauchte er wirklich, wollte er nicht innert kürzester Zeit mit seiner Haushaltsgerätefirma Konkurs anmelden.

Und als er weiterlas, wusste er immer genauer, dass dies genau die Leute waren, die er brauchte, wollte er wieder auf einen grünen Zweig kommen.

«Steckt Ihr Geschäft fest im Morast der Routine? Brauchen Sie innovative Anstösse, um wieder auf Touren zu kommen? Fehlt es an einer treibenden Kraft? Dann wenden Sie sich an uns! Visions Inc. ist eine Firma, die bereits in Amerika riesige Erfolge auf dem Gebiet der Unternehmensberatung aufzuweisen hat und nun auch in Europa mit ihrem Know-how frischen Wind in die Firmen bringen wird, die einsichtig genug sind, unsere Dienste zu beanspruchen!»

Es kam Leimgruber so vor, als wäre diese Seite nur für ihn gedruckt gewesen: Er brauchte Anstösse und frischen Wind in der Firma; und er hatte die Einsicht, dass ihm jemand helfen musste.

Als er dann auch noch las, dass sich diese Firma an den von ihr beratenen Unternehmen beteiligte, um «eine spezielle Motivation für besonders gute Beratertätigkeiten zu schaffen», griff er bereits zum Telefon.

Der erste der Berater kam zwei Tage später. Er war sehr korrekt gekleidet und verlor keine Zeit mit irgendwelchen Vorreden, nachdem er sich im Büro hingesetzt und ein Dossier aus seinem Aktenkoffer gezogen hatte.

«Herr Leimgruber, lassen Sie es mich so sagen: Es steht schlimm um Ihre Firma, aber Sie haben sich gerade noch rechtzeitig an

Keine Zweifel an der Kompetenz

uns von Visions Inc. gewandt. Wie es aussieht, können wir bei sofortiger Aufnahme unserer Tätigkeit gerade noch das Schlimmste verhindern und das schlingernde Schiff wieder auf Kurs bringen! Doch zuerst einmal der Ist-Zustand ...»

Leimgruber lauschte diesen Worten begierig. Die Geschäftszahlen, die der andere vortrug, waren von erschreckender Genauigkeit, und falls noch irgendwelche Zweifel an Visions Inc.'s Kompetenz bestanden hatten, waren diese nun endgültig beseitigt. Dann folgte der Sanierungsplan. Schlauri – so hiess der Mann von Visions Inc. – zog zu dessen Präsentation ein weiteres Dossier hervor.

«Wir haben auf der finanziellen Seite speziell einen Mangel an Eigenkapital festgestellt, den wir, wenn Sie unseren Aufbauplan annehmen sollten, durch eine Investition von 3 250 000 Franken beheben werden. Doch dies ist natürlich nur ein kleiner Aspekt des Plans ...»

Leimgruber kam das überhaupt nicht klein vor – er hätte selbst niemals soviel in die Firma investieren können. Doch er kam gar nicht richtig zum Überlegen, denn der andere machte mit der Vorstellung seines Planes weiter.

«... das Wichtigste wird die Umstrukturierung der Firma und des Sortiments sein. Haushaltsgeräte sind ja ganz nett, aber mit stinknormalen Besen, Mixern und Staubsaugern haben Sie gegen die Grossen der

Ohne Vertrag keine Beratung

Branche niemals eine Chance. Was Sie machen müssen, ist die Spezialisierung auf ein sehr enges Marktsegment; und wir haben auch schon die entsprechenden Ideen, die ich Ihnen allerdings nur vorstellen darf, wenn Sie unseren Beratungsvertrag unterzeichnen.»

Leimgruber hatte erst am Morgen gerade noch so knapp den Konkurs vermeiden und die Löhne mit Mühe auszahlen können; so ergriff er den ihm gebotenen Strohhalm nur zu gern. Es handelte sich um eine Sache von Sekunden, bis seine Unterschrift auf dem ellenlangen Vertrag stand.

«Danke. Ich verspreche Ihnen, dass dies eine sehr fruchtbare Zusammenarbeit wird. Unser Konzept sieht vor, dass Ihre Haushaltsgeräte, die jetzt ja schon auf einem technisch und qualitativ hohen Niveau sind, auch auf dem Markt eine eigene Nische beziehen werden. Designer-Haushaltsgeräte, welche durch exklusive Formen, vorzügliche Qualität und eine konsequente Produktelinienpolitik aus keinem Haushalt der oberen Zehntausend mehr wegzudenken sind! Eine solche Marktlücke muss natürlich erst geschaffen werden, aber vergessen Sie nicht, Herr Leimgruber, in kleinen Marktsegmenten liegt die Zukunft!»

Leimgruber war baff ob dieser Logik. Er hatte sich noch nie mit solchen Dingen wie Zielgruppen oder Marktsegmenten befasst und bis jetzt immer geglaubt, ein gutes Produkt verkaufe sich von selbst. Dem war aber offensichtlich nicht so, und schon bald entwarf er zusammen mit einem Industrie-Designer, der seine Design-Preis-Statuetten zur Demonstration seiner Kompetenz im Büro aufgestellt hatte, eine neue Produktelinie.

Der Erfolg überraschte alle, anscheinend sogar die Leute von Visions Inc., die mittler-

Die Demonstration des Industrie-Designers

weile in der Firma ein- und ausgingen, als gehöre sie ihnen, und voller Freude die hervorragenden Verkaufszahlen betrachteten, die wöchentlich auf den Tisch flatterten.

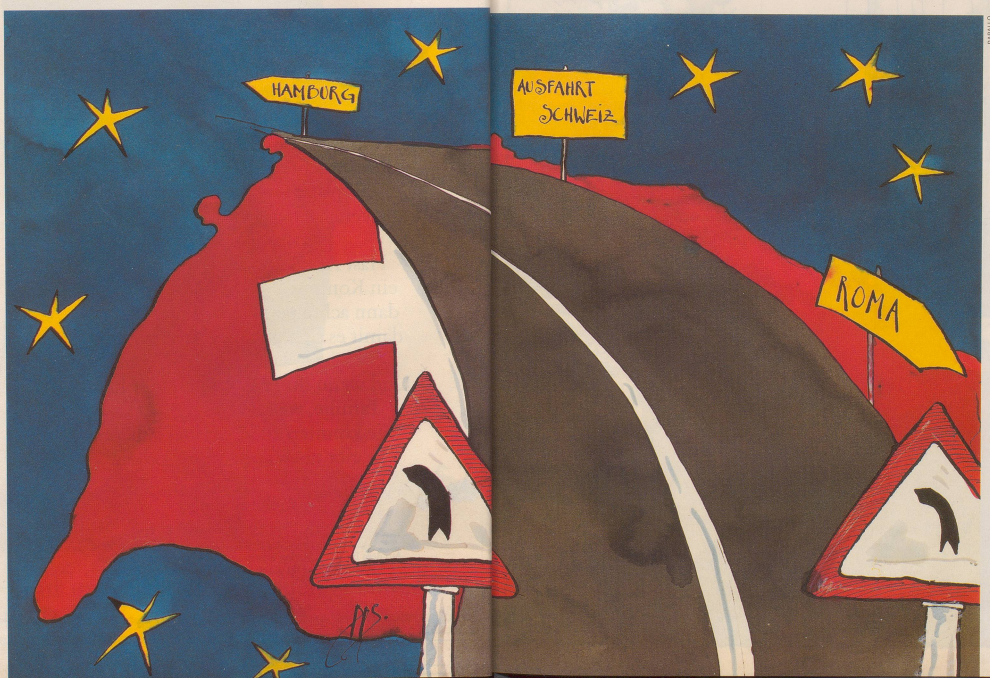
Leimgruber war glücklich. Die Leute hatten tatsächlich frischen und rettenden Wind in seine Firma gebracht. Er konnte sich nun sogar, nachdem er vorher fünf Jahre praktisch ohne Unterbruch gearbeitet hatte, ein paar Wochen Ferien erlauben.

Fast einen Monat lang lümmelte er an den Stränden der Seychellen herum und schrieb ab und zu eine Karte nach Hause und in die Firma. Endlich hatte er wieder Spass. Auch als die Ferien zu Ende gingen, störte ihn das nicht allzusehr – er freute sich beinahe schon, wieder heimzukehren. Er wollte nämlich noch einen neuen Küchenmixer entwerfen.

Bevor er wieder zu arbeiten begann, holte er die gelagerte Privatpost beim Postbüro ab. Unter den Zeitungen, Zeitschriften und Rechnungen war auch noch ein eingeschriebener Brief. Er fragte sich beim Heimfahren, was das wohl sein konnte, denn der Umschlag war neutral, nur das auf der Rückseite als Absender angegebene Postfach kam ihm irgendwie bekannt vor.

Als er den Brief zu Hause öffnete, wusste er sofort, woher er das Postfach kannte: Es war dasjenige seiner Firma! Und der Brief, den er erhalten hatte, war nichts anderes als seine Kündigung. Er wurde darüber in Kenntnis gesetzt, dass die Aktienmehrheit nicht mehr an seinen Diensten als Geschäftsführer interessiert sei und er erst gar nicht mehr im Büro zu erscheinen habe. Sein Firmenanteil werde ihm natürlich ausbezahlt und dazu noch ein spezieller Bonus für die von ihm geleisteten Dienste. Im weiteren wünsche man ihm viel Glück auf seinem künftigen Lebensweg.

Wütend warf er den Zeitschriftenstapel, den er noch unter seinen Arm geklemmt hatte, in eine Ecke. Eine der Zeitschriften blieb offen liegen. Auf der einen Seite war eine Anzeige mit einer grossen Überschrift zu sehen: Wir verkaufen Visionen!



RAPALLO