

Im Beruf aufs richtige Pferd setzen

STRATEGIEGESPRÄCH Drei Unternehmer berichten über persönliches Erfolgsrezept

VON GRETA BLOCK

OLDENBURG – Das Glück der Erde liegt auf dem Rücken der Pferde – für Jürgen Kuhne vielleicht nicht direkt auf dem Rücken, aber auf jeden Fall sind die Tiere Teil seines unternehmerischen Erfolgs. Seinen Weg von der Elektroniklehre über 15 Jahre Raumfahrttechnik bis zum „Horse Consulting“ zeichnete Kuhne im Rahmen eines Strategiegesprächs im Technologie- und Gründerzentrum in Oldenburg (TGO) nach.

Dazu eingeladen hatte Georg Rohde von der Stiftung Führungsmethodik gemeinsam mit dem Bundesverband Strategieforum, dem Bundesverband mittelständische Wirtschaft und der Chancenmanagement Gesellschaft für Unternehmensentwicklung. Den Anfang machte Jürgen Kuhne, der im Gespräch mit Moderator Thomas Rupp erzählte, wie er mit der Bera-



Im Strategiegespräch (v.l.): Thomas Rupp, Axel Kunz, Georg Rohde, Olaf Lekat, Jürgen Kuhne und Erwin Seyfarth BILD: BLOCK

tung von Pferdebesitzern erfolgreich wurde. Kuhnes Kunden wollen ihre Pferde nach dem sogenannten HIT-Aktivstall-Konzept halten, bei dem die Tiere nicht in der Box stehen, sondern in einer technisch gesteuerten Anlage unter freiem Himmel.

Seit zwölf Jahren dreht sich sein Berufsleben nur noch um Pferde. Sein Leitgedanke: „Alles ist möglich. Auch wenn's

mal bergab geht, kann das eine Chance sein.“ Die Zufriedenheit des Kunden steht für ihn ganz oben: „Wenn der Kunde zufrieden ist, ist das mehr wert als alles andere.“

Die Basis für den unternehmerischen Erfolg der Redner bildet die Strategie von Wolfgang Mewes, der zufolge ein Unternehmen mit einem perfekt auf die Bedürfnisse einer Zielgruppe zugeschnittenen

Angebot das Beste für sich selbst und den Kunden herausholen kann. Bei Jürgen Kuhne sind es die Pferdehalter, im Falle von Olaf Lekat beispielsweise die Betreiber von Windkraftanlagen.

Mit seiner Firma Rheinmetall Technical Publications erstellt und verwaltet er Dokumentationen technischer Systeme – umgangssprachlich Gebrauchsanweisungen. Durch den Bau von Offshore-Windanlagen eröffnete sich ein neues Geschäftsfeld, das das Unternehmen zur Erweiterung seines Angebots nutzte. Sogenannte Klientengruppen sind hingegen die Kunden von Erwin Seyfarth, der in seiner langjährigen Laufbahn einen Strategiearbeitskreis für Unternehmen der Druckereibranche schaffte, in denen sie sich ohne Konkurrenzdruck austauschen können. Für sein Lebenswerk wurde Seyfarth bei der Veranstaltung mit dem Strategiepreis ausgezeichnet.