

Chance oder Gefahr? Entscheiden Sie selbst.

Oft höre ich jammernde oder aufgebrauchte Menschen: «Es ist Wahnsinn, wie sich die Autobranche und die ganze Welt verändert. Wir stehen vor einem fundamentalen Umbruch.». Unterdessen traue ich mich auf solche Aussagen zu reagieren und entgegne, dass ich diese Veränderungen gar nicht schlimm finde. Ich frage mich oft, wieso ich anders empfinde als mein Gegenüber? Vermutlich liegt es an meinem Langfristedenken, meiner Wahrnehmung und an meinem Umgang mit Menschen.

Langfristedenken: Die meistens Trends, Technologien und Themen, die unsere Zukunft in den nächsten zehn bis zwanzig Jahren bestimmen werden, sind bereits heute sichtbar. Die Zukunft ist also schon da, sie ist nur noch nicht bei allen gleichmässig angekommen. Wenn wir uns den ganzen Tag nur mit den aktuellen und vermeintlich wichtigen News befassen, werden wir garantiert von der Zukunft überrascht. Die Zeit nutzen wir sinnvoller, indem wir uns mit Annahmen und Szenarien der Zukunft auseinandersetzen. Daraus lassen sich Chancen, Visionen und Strategien entwickeln. Dies ist einfacher gesagt als getan, denn unsere Spezies ist seit jeher für den Augenblick und die schnell eintretende Belohnung gemacht. Um uns aus unserer angeborener Kurzfrist-Orientierung zu befreien, benötigt wir immer wieder grossen Willen und entsprechende Übung.

Eigene Wahrnehmung: Jeder kennt das Bild vom halbgefüllten Glas Wasser. Ist es nun halbleer oder halbvoll? Die eigene Wahrnehmung bestimmt das Verhalten massgeblich. Eine identische Situation bedeutet für manche Menschen eine Gefahr und für Andere eine Chance. Viele Garagisten sehen im Autoverkauf grosse Probleme. Ich persönlich erkenne Chancen und sehe das Autohaus als «Verkäufer individueller Mobilität». Es ist dabei egal, ob Sie dem Kunden ein ganzes Fahrzeug verkaufen oder nur dessen Nutzung in Form eines Leasings, einer Abo-Langzeitmiete oder Miete für wenige Stunden. Bereits heute lassen sich daraus Geschäftsmodelle entwickeln. Entscheiden Sie selbst, ob beispielsweise Car-Sharing eine Chance oder eine Gefahr darstellt?

Umgang mit Menschen: Die besten Visionen und Strategien führen nur in der Umsetzung zum Erfolg. Die Welt mag noch so digital sein, Sender und Empfänger sind immer noch Menschen. Der Umgang mit Menschen ist für mich eine wichtige Kompetenz. Binden Sie sich mit Menschen und schaffen Sie gegenseitiges Vertrauen. Die Kraft der emotionalen Bindung wirkt bei Kunden wie bei Mitarbeitenden.

Im Weiterbildungslehrgang «Betriebswirt*in im Autogewerbe» werden nebst den klassischen betriebswirtschaftlichen Fähigkeiten ebenfalls die drei Kompetenzen (Langfristedenken, Wahrnehmung und Umgang mit Menschen) gefördert und gefordert.



Ernst-Peter Walther ist gelernter Automechaniker. Er absolvierte ein Executive MBA Studium im General Management und bildete sich zum Wirtschaftsmediator weiter. Beruflich begleitet er Unternehmen in Veränderungs- und Konfliktsituationen. Zudem ist er Entrepreneur und Dozierender an der gibb Berufsfachschule Bern mit Leib und Seele.