

CHEFINFO

DAS MAGAZIN DER FÜHRUNGSKRÄFTE

JULI/AUGUST 2012



Innovationen Oberösterreichs

Wie ticken Unternehmer?

Buch. Unternehmer sind „Verrückte“ und verlassen sich nicht auf Managementmethoden, sagt Wolfgang Zimmermann. Warum das so ist, erläutert er im Gespräch mit CHEFINFO.

Text: Klaus Schobesberger



„Die wirklich grundlegenden Innovationen kommen fast immer von inhabergeführten Unternehmen.“

Wolfgang Zimmermann
Autor

rigsten Kapitel für mich gewesen. Tendenziell ist ein anregendes Umfeld schon besser. Man hat auch festgestellt, dass Forschung eine Rolle spielt. Welche Unis bringen in Deutschland die meisten Entrepreneure hervor: Das sind meist die Kleineren, da ist der Druck der Peergruppen da.

CHEFINFO: Wie sieht es mit Innovationen aus?

Zimmermann: Die wirklich grundlegenden Innovationen kommen fast immer von inhabergeführten Unternehmen. Schauen Sie sich aktuell in Deutschland die Geschichte der gesamten Fotovoltaik an, das waren fast ausschließlich inhabergeführte Unternehmen, die 20 Jahre durchgehalten haben. Auch die Angreifer in punkto Elektromobilität, waren zunächst inhabergeführte Verrückte. ■

nicht selten als Persönlichkeiten mit Schrullen präsentiert. Mit verrückt meine ich allerdings etwas anderes. Unternehmer sind Grenzverrücker. Sie verrücken Grenzen, indem sie etwas schaffen, was man bisher nicht für möglich gehalten hat. Ich habe in meinem Buch fünf Varianten dieser Spezies vorgestellt. Der eine ist der „kreative Zerstörer“, der etwas völlig Neues wagt – und

ist eine Art Weltverbesserer – egal ob im ökologischen oder sozialen Sektor. Diese Leute verschieben wirklich Grenzen.

CHEFINFO: Sie sagen, Unternehmer und Manager ticken grundsätzlich anders. Aber wäre es mit Schlecker nicht so rasant bergab gegangen, wenn sie ein fähiges Management gehabt hätten?



BUCHTIPP

WOLFGANG ZIMMERMANN

**Unternehmer sind Verrückte
Wie Unternehmen Grenzen überwinden und was Manager von ihnen lernen können.**

Springer Gabler
30,80 Euro

anderen Marktteilnehmern den Boden wegzieht. Der Onlinehändler Autoscout ist so ein Fall. Der „Regelbrecher“ ist der zweite. Der Dritte ist der „Dennoch-Unternehmer“, der es nicht wahrhaben will, dass sich bestimmte Dinge nicht realisieren lassen. Der Vierte ist jener Typus, der in vielen Technologie-Unternehmen vorkommt, der mit viel Gespür nach neuen Lösungen sucht. Der letzte

Zimmermann: Ein ganzes Kapitel in meinem Buch beschäftigt sich mit dem Scheitern des Unternehmers. Da brauchen wir uns nichts vorzumachen.

CHEFINFO: Warum wird jemand Unternehmer, welche Rolle spielt das Umfeld?

Zimmermann: Das ist rechemäßig eines der schwie-

Der Unternehmensberater Wolfgang Zimmermann bezeichnet Unternehmer in seinem aktuellen Buch als „Verrückte“. Mit seinem Werk legt der Autor erstmals ein treffendes Psychogramm der Unternehmerpersönlichkeit vor.

CHEFINFO: Der Unternehmer gilt als wenig erforscht, warum ist das so?

Zimmermann: Die Betriebswirtschaft war lange Zeit von einem nationalen Paradigma geprägt, und da lässt sich der Unternehmer schwer einordnen. Er war der Forschung lange Zeit suspekt. Vor allem auch deshalb, weil man sein Verhalten alles andere als rational bezeichnet hat. Das hat sich mittlerweile geändert. In Deutschland und auch in Österreich gibt es einige Institute und Universitäten, die sich explizit damit beschäftigen. Aber der Mainstream geht immer noch in eine andere Richtung.

CHEFINFO: Sie bezeichnen Unternehmer als Verrückte, warum?

Zimmermann: Es ist natürlich ein Wortspiel. In den Medien werden Unternehmer