

CEO einer Business Unit

BBC GROUP



Interview mit Andy Gisler, Chief Executive Officer, BBC Group

Die BBC Group bietet interessante und innovative Lösungen in verschiedensten Branchen (Elektrotechnische Produkte, flexible Verpackungen, technische Kunststoffe, Produkte für den Medizinalbereich und weitere) und ist mit eigenen Fertigungskapazitäten in Europa, Asien sowie Nordamerika und eigenen Vertriebsgesellschaften in den wichtigsten Märkten international breit abgestützt.

Herr Gisler, in welcher Situation und mit welcher Aufgabenstellung haben Sie sich für einen Interim Manager als Business Unit Leiter entschieden?

Die Verkaufsorganisation einer Geschäftseinheit stellte ein grosses Vertriebsbudget ein und erlitt gegen Ende des Geschäftsjahrs einen starken Umsatzeinbruch. Parallel dazu kündigte der Business Unit Leiter an, das Unternehmen zu verlassen. Da diese Geschäftseinheit einen namhaften Teil an das Gesamtergebnis der Gruppe lieferte, musste sichergestellt werden, dass

- a) der Verkauf richtig aufgestellt und ausgerichtet ist, um das abgegebene Budget mit entsprechenden Massnahmen zu erreichen,
- b) nach Ausscheiden des amtierenden CEO der Interim Manager die Aufgabe übernehmen und die Entwicklung des Bereichs weiter vorantreiben kann.

Dank Top Fifty hatten wir innerhalb von drei Wochen einen adäquaten Interim Manager vor Ort.

Wurden Ihre Erwartungen erfüllt und die dem Interim Manager gesetzten Ziele erreicht?

Zielsetzungen und Erwartungen wurden von unserer Seite sauber formuliert und dokumentiert. Anfänglich konzentrierte sich der Interim Manager auf die Vertriebsorganisation. Dabei entwickelte er mit dieser zusammen die entsprechenden Massnahmen, definierte und optimierte Prozesse und band die Organisation aktiv in die Verantwortung mit ein. Das Umdenken fand schnell statt. Auf Grund der breiten und langjährigen Erfahrung des Interim Managers erhielt die Organisation neue Impulse. Verschiedene Ebenen wurden nun auch bei der Entscheidungsfindung miteinbezogen, man informierte die Belegschaft monatlich über Erfolge und über die Herausforderungen des nächsten Monats. Die Vertriebsorganisation holte die grosse Differenz auf und der neue Geschäftsverantwortliche beendete das Jahr leicht über Budget.

Was aber in der Zeit des Interim Managers klar wurde, ist, dass auch eine gut laufende Geschäftseinheit immer an der eigenen Performance und Struktur arbeiten muss, um effizient und effektiv die Kundenanforderungen zu erfüllen. Die gesamte Einheit muss ständig weiterentwickelt werden damit Innovation, Kundennähe und Konkurrenzfähigkeit hoch bleiben und man künftige Optionen gewinnbringend nutzen kann. Der Interim Manager erfüllte die Ziele und Erwartungen vollumfänglich.

Andy Gisler, CEO, BBC Group

Der Interim Manager bei der BBC Cellpack



Electrical Products

Herr Hauser, was war die Aufgabenstellung bei BBC und welches waren Ihre grössten Herausforderungen?

Trotz rückläufiger Marktnachfrage mussten wir das budgetierte Umsatzvolumen erreichen. Mit der aktiven Einbindung der Vertriebsorganisation, dem Umstellen auf eine proaktive Vertriebstätigkeit und den monatlichen Besprechungen der neuen «Sales Bridge» startete die Aufholjagd.

Damit die monatlich geplanten Aktionen auch ein Ergebnis zeigten, wurden die Kunden besser eingebunden. Wir suchten kontinuierlich nach neuen Ansätzen und setzten weitere Massnahmen um. Das Delta zum Budget wurde immer kleiner, gegen Ende des Jahres übertrafen wir sogar das Budget und Jahresziel.

Eine grosse Herausforderung war die Denkhaltung der Belegschaft umzustellen und die Organisation so auszurichten, dass die Lösungen aktiv auf allen Stufen angegangen wurden und man nicht auf «Top-Down» Entscheidungen wartete. Regelmässige Kommunikation motivierte die Mitarbeitenden, mitzudenken, mitzuhelfen und wieder eine aktive Rolle einzunehmen.

Sind Sie mit dem Erreichten zufrieden?

Ja. Das Vertriebsbudget haben wir erreicht und das internationale Vertriebsteam arbeitet wieder zusammen. Gemeinsam suchte man nach Lösungen zur Effizienzsteigerung.

Mit dem konkreten Einbezug des Kunden wurden die Verkaufsgespräche nicht nur preisgetrieben geführt, sondern sie orientierten sich an gemeinsamen Zielen und den Leistungen. Dies eröffnete Möglichkeiten, ganz neue Services und Produkte zu platzieren und Innovationen gemeinsam anzugehen.



Thomas Hauser, Interim Manager von Top Fifty