

Weltfirma sucht Problem – Lösung

Was ist ein Unternehmensberater? Ein Mensch, der Ihnen hilft, Probleme zu lösen, die Sie ohne ihn nicht hätten. Ähnlich die meisten Angebote, seien es Maschinen und Aggregate, Work-flows oder Programme der Printmedienindustrie. Es sind Lö-sungen zu Problemen, die keiner hat. Noch nicht.

99 % aller Menschen in der Druckindustrie empfinden die jew-eils aktuelle Technik als ausreichend, ausgereift, gut. Mehr muss nicht sein. Sagt der gesunde Menschenverstand. Doch er irrt: Mehr muss doch sein, weil sonst die Anbieter schlichtweg pleite gingen. Das Problem der Anbieter ist, dass sie dauernd Käufer brauchen, die etwas kaufen, was sie eigentlich gar nicht haben wollen. Wenn es nur die altbekannten Maschinen oder Funktionen wären, die weiterentwickelt würden, ginge es ja noch. Man kö-nnte es ja noch verstehen. Doch zunehmend - überwiegend? -werden potenzielle Investoren heute mit Lösungen zu Proble-men konfrontiert, derer sie sich überhaupt nicht bewusst sind. Je größer und je internationaler der Anbieter, desto stärker dieser Trend. Weil Entwickler und Strategen in realitätsfreien Zonen zu werkeln scheinen, die jeglichen Kontakt mit der Pra-xis verloren haben. Heraus kommen Lösungen, für die es zunehmend weniger Bedürfnisse, Aufgaben, Notwendigkeiten, Anforderungen gibt. Lösungen, für die Phantasie bemüht oder überstrapaziert werden muss, um sie plausibel zu machen. Bis die Marketing-Abteilung eingeschaltet wird. Dann haben gleich zwei ein Problem: der Anbieter und der potenzielle Käufer. Der eine, weil er keine wirklich stichhalti-gen Argumente für seine "Lösung" hat. Der andere - Sie als Käufer -, dass Sie gar nicht wissen, welches Ihrer nicht vorhan-denen Probleme gelöst werden soll. Seien Sie sich bitte bewusst, dass, wer keine Probleme hat, ein Problem hat. Nämlich mit den selbst ernannten Problemlösern. Alles klar? Problem gelöst!