

Die Suche nach dem brennenden Problem

Unternehmensberater Hans Bürkle und die Erfolgsstory der "Engpass-Konzentrierten Strategie"



Hans Bürkle ist um unkonventionelle Ideen mit Biss nicht verlegen, wenn es um die Beratung von Unternehmern nach der EKS-Strategie geht.
Foto: privat

OPPENHEIM/NIERSTEIN Hinter dem Kürzel "EKS" verbirgt sich ein Erfolgsrezept für Existenzgründer, das sich in der Praxis bewährt hat. Der Niersteiner Unternehmensberater Hans Bürkle hat an der Entwicklung der "Engpass-Konzentrierten Strategie" mitgearbeitet und zählt nicht zuletzt wegen zahlreicher Buchveröffentlichungen zu den bundesweit bekanntesten EKS-Protagonisten.

Von unserem Redaktionsmitglied Thomas Ehlke

"Die Deutschen sind ein Volk von Neidern. Sie gucken, was sie alles nicht haben und verlieren dabei die eigenen Stärken völlig aus dem Blick", nennt der Diplom-Kaufmann das Grundübel beim Namen, aus dem heraus in den Siebzigern die "Engpass-Konzentrierte Strategie" des Frankfurter Arbeitsmethodikers Wolfgang Mewes entstand. Das Prinzip ist denkbar einfach. Statt sich mit seinem Unternehmen möglichst breit aufzustellen und dasselbe anzubieten wie unzählige Mitbewerber, geht es bei der EKS darum, sich zu spezialisieren auf eine enge Zielgruppe, die wiederum einen bestimmten Engpass hat, den man beseitigen kann.

Am Anfang steht dabei die Besinnung auf die eigenen Stärken. "Was kann ich besonders gut, um brennende Probleme eines bestimmten Kundenkreises zu lösen?", formuliert Bürkle eine Kernfrage. Dass das keine leere Formel ist, belegen prominente Beispiele. Die Firma Kärcher etwa habe sich auf die Nische der Herstellung von Dampfstrahlgeräten konzentriert und es dort mit EKS zum Marktführer gebracht.

Aber auch aus dem eigenen Kundenkreis kennt Bürkle genügend Erfolgsgeschichten. Da ist etwa jener frühere Lagerverwalter, der die Idee entwickelte, wie Lagerhaltung zwanzig Prozent günstiger zu bewerkstelligen ist. Per Nischenstrategie hat er es binnen weniger Jahre mit seinem Unternehmen zu einem Umsatz von 300 Millionen Euro gebracht. Und dann gibt es den Malermeister aus dem Remstal, der mit der Konzentrierung auf die Fassaden-sanierung von Altbauten der Branchenführer in seiner Region geworden ist. Seine besonderen Stärken: "Terminsicherheit, alles aus einer Hand." Argumente, die Architekten und Hausbesitzer in der Praxis überzeugten.

"Entscheidend ist es, den Engpass zu finden, denn nur so kann man auch bei

der anvisierten Zielgruppe landen", stellt Bürkle fest. Ein Fehler, den viele machten, sei, zu wenig in die Werbung zu investieren. "Ich muss mit meiner Zielgruppe in Kontakt kommen, sonst nützt die beste Strategie nichts."

"Die EKS ist allerdings kein Patentrezept", räumt Bürkle ein. Denn einerseits gebe es Leute, "die kapierten es einfach nicht", andererseits verfielen einige nach dem Erfolg wieder in den alten Trott und gingen pleite.

Am kommenden Mittwoch wird Hans Bürkle beim AZ-Forum "Existenzgründung" im Oppenheimer Rathaus die Grundzüge der "Engpass-Konzentrierten Strategie" anhand des von ihm entwickelten Strategie-Tableaus vorstellen.

