

KLARTEXT-TOUR · FÜR GESELLSCHAFTER UND GESCHÄFTSFÜHRUNG

Hören, was Ihnen keiner sagt. Bevor es Umsatz kostet.

Die Klartext-Tour für den Mittelstand. Wir sprechen vertraulich mit Ihren Kunden, Interessenten, Mitarbeitern und Partnern und sagen Ihnen ehrlich, was wir hören.



Wir sagen Ihnen, was Ihnen sonst keiner sagt. Belegt und mit Maßnahmenplan.

Die Klartext-Tour gleicht Eigenbild und Fremdbild ab. Ein neutrales Institut führt vertrauliche Gespräche mit allen, die Ihr Unternehmen wirklich kennen. Heraus kommen ein ehrliches Meinungsbild und ein Maßnahmenplan, der in drei bis sechs Monaten wirkt.

WAS WIR KLÄREN

01**Kunden**

Warum sie kaufen, was sie stört, ob sie Ihr Angebot verstehen.

02**Interessenten**

Warum sie sich gegen Sie entschieden haben.

03**Mitarbeiter**

Was intern jeder weiß und keiner sagt.

04**Partner**

Wie Lieferanten und Händler Sie aus nächster Nähe sehen.

05**Marke**

Wofür Sie im Markt tatsächlich stehen.

06**Vertrieb und Marketing**

Ob Angebot und Ansprache den Kunden erreichen.

MEINUNGSBILD**Nach rund 30 Tagen****IHR AUFWAND****3 bis 4 Tage in den ersten 45 Tagen****UMSETZUNG****Erste Maßnahmen nach rund 120 Tagen****UNABHÄNGIGKEIT****Neutrales Institut, vertrauliche Gespräche**

Sie kennen Ihre Zahlen und Ihre Organisation. Sie kennen nicht das Bild von außen.

Ihre Zahlen zeigen, was passiert ist. Die Klartext-Tour zeigt, warum es passiert ist.

Genau dort verliert der Mittelstand Wachstum: ein überschätzter Ruf, ein Angebot, das keiner versteht, ein Vertrieb, der Bestandskunden verwaltet.

- **Kunden sagen dem Vertrieb nicht, warum sie nicht kaufen**
Absagen kommen höflich und ohne Grund. Die eigentliche Ursache bleibt im Markt.
- **Mitarbeiter sagen der Geschäftsführung nicht, was schief läuft**
Hierarchie filtert. Was oben ankommt, ist geglättet.
- **Das Selbstbild ist intern widersprüchlich**
Geschäftsführung, Vertrieb und Marketing beschreiben dasselbe Unternehmen unterschiedlich. Der Markt merkt das.
- **Umfragen liefern Durchschnitt, keine Gründe**
Fragebögen messen Zufriedenheit. Sie erklären nicht, warum jemand geht oder nie kommt.

Vier Zielgruppen.

Alle, die ein ehrliches Bild von Ihnen haben.

01

Kunden

Die Menschen, die Ihre Rechnungen bezahlen.

- Warum kaufen sie wirklich bei Ihnen?
- Was stört sie, was würden sie ändern?
- Verstehen sie Ihr Angebot überhaupt?

02

Interessenten

Die teuerste Information, die kaum ein Unternehmen hat.

- Warum haben sie sich gegen Sie entschieden?
- Was hat der Wettbewerb besser gemacht?
- Was hätte sie überzeugt?

03

Mitarbeiter

Von der Führungsebene bis zur Werkbank.

- Was weiß intern jeder und keiner sagt?
- Wo bremsen Prozesse und Führung?
- Wie stark sind Stolz und Verbundenheit?

04

Partner

Lieferanten, Händler und Dienstleister.
Nah dran, ohne Filter.

- Wie erleben sie die Zusammenarbeit?
- Wo verlieren Sie im Kanal an Boden?
- Was sehen sie beim Wettbewerb?

Wir sprechen mit denen, die Sie kennen. **Nicht mit denen, die Ihnen gefallen wollen.**

Die Lücke zwischen Eigenbild und Fremdbild ist Ihr größter Hebel.

Das Problem ist selten der Vertrieb.

Meistens glaubt das Unternehmen etwas
über sich, das der Markt längst anders
sieht.

Die Klartext-Tour macht diese Lücke sichtbar. Und
synchronisiert nebenbei ein Selbstbild, das intern oft
widersprüchlich ist.

EIGENBILD · WAS INTERN GEGLAUBT WIRD

FREMBILD · WAS DER MARKT SAGT

„Unser Ruf im Markt ist hervorragend.“



„Die Marke wirkt angestaubt.“

„Das Marketing funktioniert seit Jahren.“



„Die Kommunikation erreicht die neue
Zielgruppe nicht.“

„Der Vertrieb braucht nur mehr Leads.“



„Der Vertrieb verwaltet
Bestandskunden.“

Aus einem Praxisfall: Konsumgüterhersteller, 1.000 Mitarbeiter, 70 Jahre Tradition.

Wer die Lücke kennt, kann sie schließen. Wer sie nicht kennt, finanziert sie.

Weniger Annahmen, mehr Wachstum. Mit Belegen für jede Entscheidung.

01

Entscheiden auf Fakten

Strategie, Marke und Vertrieb richten Sie an dem aus, was Ihr Markt sagt. Nicht an dem, was intern geglaubt wird.

02

Blinde Flecken, bevor sie Umsatz kosten

Wechselgedanken, Preisdruck und Frust im Team werden sichtbar, solange Sie noch gegensteuern können.

03

Ein gemeinsames Selbstbild

Geschäftsführung, Vertrieb und Marketing arbeiten wieder am selben Bild. Das beschleunigt jede Umsetzung.

04

Ein Plan für die nächsten 120 Tage

Priorisierte Maßnahmen mit Verantwortlichen. Erste Ergebnisse in drei bis sechs Monaten.

Sie bekommen keinen Bericht für die Schublade. Sie bekommen einen Maßnahmenplan.

Von außen. Vertraulich. Mit unternehmerischem Urteil.

01 · Neutrales Institut

Bezahlt für die Wahrheit. Nicht für Zustimmung.

Das IWCI hat kein Interesse an einem bestimmten Ergebnis. Deshalb reden Menschen mit uns offener als mit Ihnen. Und deshalb bekommen Sie auch die unbequemen Antworten.

02 · Gespräche statt Fragebögen

Wir hören zu. Eins zu eins.

Vertrauliche Gespräche mit einer neutralen Person. Keine Umfrage Tools, kein Ankreuzen. Genau deshalb sagen die Menschen, was sie denken.

03 · Unternehmerisches Urteil

Wir lesen Feedback wie jemand, der liefern muss.

Geleitet von einem C Level Interim Manager mit 15 Jahren Mandaten in Wachstum, Turnaround und Transformation. Sie bekommen nicht nur Befunde, sondern was daraus für Strategie, Vertrieb und Organisation folgt.

Umfragen messen Stimmung. Klartext liefert Gründe. Und den Plan dazu.

Sechs einfache Fragen. Unbequeme Antworten.

01

Kick off und Gesprächsplan

Ihre Ziele, das Eigenbild der Führung, die Auswahl der Gesprächspartner.

02

Vertrauliche Gespräche

Eins zu eins mit Kunden, Interessenten, Mitarbeitern und Partnern.

03

Verdichtung

Aussagen gebündelt, Muster erkannt, Eigenbild und Fremdbild gegenübergestellt.

04

Klartext

Befunde ungeschönt präsentiert, Maßnahmen nach Wirkung priorisiert.

DIE SECHS LEITFRAGEN

1 Was macht das Unternehmen gut?

Die Stärken, auf die Sie bauen können. Oft andere als gedacht.

2 Was macht es schlecht?

Die Schwächen, die Ihnen intern niemand mehr nennt.

3 Wo gibt es Verbesserungsbedarf?

Prozesse, Service und Angebot aus Sicht derer, die es erleben.

4 Was würden Sie anders machen?

Konkrete Vorschläge, direkt aus dem Markt.

5 Wie nehmen Sie das Unternehmen wahr?

Das Fremdbild in den Worten Ihrer Zielgruppen.

6 Wofür steht das Unternehmen?

Der Härte-test für Ihre Positionierung.

Keine Fragebögen, keine Umfrage Tools. **Deshalb ehrliche Antworten.**

Vier Formate. Ein Prinzip.

Fester Umfang, fester Preis.

RUND 4 WOCHEN

Klartext-Tour Fokus

Was denken Ihre Kunden wirklich?

Eine Zielgruppe im Fokus, meist Kunden und verlorene Interessenten. Der schnelle, ehrliche Blick auf Ihren Markt.

WANN Vor Strategie oder Budgetrunde

ERGEBNIS Meinungsbild und Top Maßnahmen

6 BIS 8 WOCHEN

Klartext-Tour komplett

Wo steht das Unternehmen wirklich?

Alle vier Zielgruppen, intern wie extern. Vollständiger Abgleich von Eigenbild und Fremdbild, mit Maßnahmenplan und Klartext Termin.

WANN Neuausrichtung, Wachstumsplan

ERGEBNIS Klartext Bericht und Maßnahmenplan

BIS TAG 120

Klartext plus Umsetzung

Kommen die Maßnahmen im Alltag an?

Wir begleiten die Umsetzung als neutraler Sparringspartner, mit Soll Ist Abgleich. Auf Wunsch mit einem Experten im Interimsmandat.

WANN Direkt nach der Tour

ERGEBNIS Umgesetzte Maßnahmen, Soll Ist

NACH 12 BIS 24 MONATEN

Klartext Re-Check

Hat sich das Bild verändert?

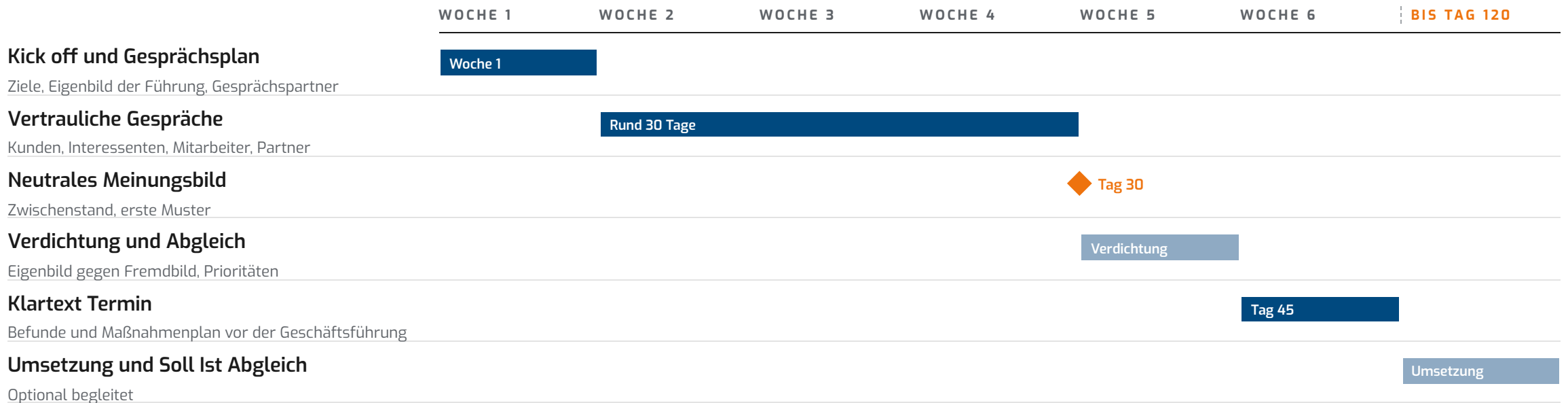
Dieselben Leitfragen, dieselben Zielgruppen. Messbar, was sich bewegt hat und was nicht.

WANN Ein bis zwei Jahre später

ERGEBNIS Vorher Nachher Vergleich

Vom Kick off zum Maßnahmenplan in 45 Tagen.

Erste Maßnahmen umgesetzt nach 120.



3 bis 4 Tage Ihr Aufwand

Ihr Team investiert in den ersten 45 Tagen drei bis vier Tage. Den Rest übernehmen wir.

Wöchentlicher Status

30 Minuten mit Ihrem Ansprechpartner.
Fortschritt, erste Muster, nächste Schritte.

Vertraulich per Design

Aussagen werden anonymisiert verdichtet.
Niemand wird zitiert, der nicht zitiert werden will.

Klartext auf einer Seite. Belege hinter jeder Zeile.

Klartext · Projekt Nordstern

ILLUSTRATIV

Kunden	Hohe Loyalität zur Produktqualität, Service schwer erreichbar	■ BEOBACHTEN
Interessenten	Angebot wird nicht verstanden. Der Preis ist selten der Grund.	■ HEBEL
Marke	Solide, aber aus der Zeit gefallen	■ HEBEL
Vertrieb	Verwaltet Bestandskunden, kaum aktive Neukundenansprache	■ HEBEL
Mitarbeiter	Hoher Stolz auf das Produkt, Distanz zur Führung	■ BEOBACHTEN
Partner	Starke Beziehung, Wunsch nach mehr Vertriebsunterstützung	■ STÄRKE

Klartext. Das Produkt trägt, die Kommunikation nicht. Angebot neu erklären, Vertrieb auf Neukunden ausrichten, Marke modernisieren. Erste Maßnahmen in 90 Tagen.

Klartext auf einer Seite

Die Antwort zuerst. In zwei Minuten gelesen.

Eigenbild und Fremdbild

Gegenüberstellung je Zielgruppe und Thema.

Stimmen aus dem Markt

Anonymisierte Originalaussagen, nach Mustern verdichtet.

Maßnahmenplan

Priorisiert nach Wirkung und Aufwand, mit Verantwortlichen.

Klartext Termin

Wir präsentieren vor Geschäftsführung und Gesellschaftern. Ungeschönt.

Bericht als PDF

Die vollständige Dokumentation für Ihre Führungsrunde.

600 Mitarbeiter, 90 Exportländer. Vom Dornröschenschlaf zur alten Stärke.

UNTERNEHMEN

Werkzeughersteller, Deutschland

GRÖSSE

600 Mitarbeiter, 65 Mio. € Umsatz

FORMAT

Klartext-Tour über alle Ebenen

GESPRÄCHSPARTNER

Kunden, Mitarbeiter, Ehemalige, Partner

CASE

Anonymisiert

Die Ausgangslage

Stagnierende Umsätze, ein verblasstes Image, ein Management ohne klare Ziele. Grundsatzfragen zu Kernkompetenz und Marken DNA waren offen.

Was wir getan haben

- Klartext-Tour über alle Ebenen und Geschäftsbereiche
- Gespräche mit Kunden, Mitarbeitern, ehemaligen Mitarbeitern und Partnern
- Abgleich von Eigenbild und Fremdbild

ERGEBNIS

- Eigenbild, Fremdbild und Zukunftsvision erarbeitet.
- Marktorientierte Unternehmensstrategie mit konkreten Maßnahmen.
- Ein Produktsegment weiterentwickelt: 300 % Umsatzwachstum.

400 Mitarbeiter, über 40 Jahre am Markt. Vom Sanierungsfall zurück zu Wachstum.

UNTERNEHMEN

Automotive Handel, Familienunternehmen

GRÖSSE

400 Mitarbeiter, 200 Mio. € Umsatz

FORMAT

**Klartext-Tour als qualitative
Unternehmensanalyse**

BEAUFTRAGT

Zweimal binnen vier Jahren

CASE

Anonymisiert

Die Ausgangslage

Einst Benchmark der Branche, dann Sanierungsfall.
Das Unternehmen hatte seine Identität verloren und
wusste nicht mehr, wofür es steht.

Was wir getan haben

- Klartext-Tour als qualitative Unternehmensanalyse
- Gespräche mit Kunden, Mitarbeitern und Partnern
- Abgleich von Selbstbild und Marktwahrnehmung

ERGEBNIS

- Marke neu definiert, Vision formuliert.
- Roadmap mit kurz und langfristigen Maßnahmen.
- Grundlage für den Weg zurück zu Wachstum.
- Zweite Klartext-Tour binnen vier Jahren beauftragt.

Drei Anlässe. Wann sich die Klartext-Tour rechnet.

01

Vertrieb und Wachstum

Sie wollen wachsen und müssen dafür mehr Kunden gewinnen als der Wettbewerb.

- Warum Interessenten absagen
- Ob Kunden Ihr Angebot verstehen
- Wo der Vertrieb nur verwaltet
- Welche Argumente wirklich ziehen

02

Marke und Positionierung

Ihr Ruf ist gut. Glauben Sie. Gerade Traditionsmarken unterschätzen, wie der Markt sie heute sieht.

- Abstand zwischen Eigenbild und Fremdbild
- Wirkung auf neue Zielgruppen
- Position gegenüber dem Wettbewerb
- Grundlage für eine Neuausrichtung

03

Organisation und Nachfolge

Strategie, Nachfolge oder Umbau stehen an. Sie brauchen den Stand, bevor Sie entscheiden.

- Stimmung und Verbundenheit im Team
- Widersprüche im Selbstbild der Führung
- Arbeitgeberbild als Hebel im Recruiting
- Startpunkt für eine neue Geschäftsführung

Die Tour passt besonders, wenn Ihr Angebot erklärungsbedürftig ist und Sie keine Angst vor direktem Feedback haben.

Was Auftraggeber sagen. Und was die Zahlen zeigen.

”

Die Zusammenarbeit war ein Turbo für unser Unternehmen. Es konnten die richtigen Akzente gesetzt werden.

Winfried Czilwa

ehem. Vorsitzender der Geschäftsführung, STAHLWILLE Gruppe

48

Unternehmen vertrauen auf die Klartext-Methode.

”

Die Klartext-Methode ist eine Schocktherapie und liefert den Therapieplan gleich mit.

Nico Werner

ehem. Vorstand verschiedener Automobilunternehmen

15 bis 20 %

zusätzliches Wachstum mit der Klartext-Methode.

”

Wir konnten unsere geplante Wachstumsrate zwei Jahre in Folge um 15 % übertreffen.

Gerhard Sisterhenn

ehem. Geschäftsführender Gesellschafter, mps public solutions

30 %

Wachstum der STAHLWILLE Gruppe in der Zeit der Zusammenarbeit, laut brand eins. Die Branche wuchs um 10 bis 15 %.

Ein unabhängiges Institut. Keine Agentur, keine Umfragefirma.

Das IWCI, Institut für Wachstumschancen und Innovation, gibt Gesellschaftern und Geschäftsführung einen neutralen Blick auf Märkte und Unternehmen. **Klar im Urteil, gestützt auf operative Erfahrung.**

Ein Kernteam von fünf Personen, je Mandat ein Netzwerk aus ehemaligen Vorständen, Geschäftsführern und Professoren, dazu akademische Partner für Methode und Forschungstiefe. Das IWCI ist eine Gesellschaft der Dominic Multerer GmbH.

15

Jahre C Level Interim
Erfahrung

5

Kernteam plus
Expertennetzwerk

16

Städte weltweit

48

Unternehmen mit
Klartext-Methode



Dominic Multerer

Geschäftsführer
Prof. h. c. (AEU, KH) · Dr. h. c. (IIC, KH)

- 15 Jahre Interim Manager auf C Level
- Mandate in Wachstum, Turnaround und Transformation
- Begründer der Klartext-Methode
- Verantwortet jede Klartext-Tour persönlich

Kunden des IWCI und seines Gründers.

Wissenschaftlich begleitet.

AUSGEWÄHLTE KUNDEN

						
---	---	--	---	---	---	---

AKADEMISCHE PARTNER

		
--	--	---

Klartext Mandate sind vertraulich. Referenzgespräche mit Auftraggebern auf Anfrage im persönlichen Gespräch.

IHR NÄCHSTER SCHRITT



Wie wird Ihr Unternehmen wirklich gesehen?

Die Antwort kostet Überwindung. Keine Antwort kostet Wachstum.
Im ersten Gespräch klären wir, welche Zielgruppen und Fragen für Sie entscheiden und welches Format passt.

IHR KONTAKT

Dominic Multerer
Geschäftsführer, IWCI GmbH

MAIL

multerer@iwci.de
www.iwci.de

TELEFON

+49 261 963 74 69

ADRESSE

von-Kirn-Straße 11
56182 Urbar