

# Consulting News

Issue 42  
Juni 2024

- 01 Editorial
- 02 Jetzt ist die Zeit für eine Transformation zum «immer besser»
- 03 Umweltauswirkungen von Onlinebestellungen
- 04 Fünf Fragen, die sich Chief Sales Officers (CSO) stellen sollten
- 05 Erfolgssprinzip #6 Präsenz



Marie von Ebner-Eschenbach

«Wir *unterschätzen* das, was wir haben, und *überschätzen* das, was wir sind.»

## 01 Editorial

Ich werde immer wieder gefragt – vor allem von jungen Menschen – wie ich den Punkt erreicht habe, an dem ich heute bin. Sehe ich mich selbst als Business Woman? Als Topmanagerin? Nicht direkt! Mein Weg ist nicht so konventionell verlaufen, wie viele vermutlich glauben oder wie es mein CV vorgibt. Deshalb habe ich in den Sozialen Medien über meinen Werdegang [erzählt](#), von Studium über Modeschule bis hin zur zertifizierten Aufsichtsrätin. Das Wichtigste war, ist und bleibt für mich: sich selbst treu bleiben und an den eigenen Zielen arbeiten.

Ihre Monique Fischer

## 02 Jetzt ist die Zeit für eine Transformation zum «immer besser»

Was macht heute ein erfolgreiches Unternehmen aus? Natürlich muss es um Umsatz und Gewinn gehen, denn nur so kann ein Unternehmen überleben. Zunehmend geht es aber auch darum, neue Werte zu schaffen. Ich denke, wir müssen eine Transformation vom «immer mehr» zum «immer besser» einleiten. Dazu braucht es ein klares Profil, klare Ziele, klare Werte, Innovationskraft, Ausdauer und Entschlossenheit. Und: Ein Unternehmen kann nur so gut sein wie seine Mitarbeitenden. Unternehmen, die Talente fördern und ein unterstützendes Arbeitsumfeld schaffen, sind nicht nur produktiver, sondern auch besser in der Lage, den Herausforderungen einer sich ständig verändernden Geschäftswelt erfolgreich zu begegnen.

[Jetzt Blogartikel lesen](#)

## 03 Umweltauswirkungen von Onlinebestellungen

Die «Studie zur ökologischen Nachhaltigkeit des Onlinehandels in Deutschland» des bevh und des Fraunhofer-Instituts für System- und Innovationsforschung ISI zeigt erstmals detailliert die gesamten klimatischen Umweltauswirkungen eines Onlineeinkaufs. Eine «Standard»-Paketlieferung an die Haustür verursachte im Jahr 2021 durchschnittlich 1.421g Treibhausgase. Das entspricht etwa dem Neunfachen der Emissionen eines Personenkilometers, der mit einem Pkw mit Verbrennungsmotor zurückgelegt wird. Wie viele Treibhausgase tatsächlich bei einer Bestellung anfallen, hängt allerdings vom Einzelfall ab. Sie schwanken zwischen dem hypothetischen «Best Case» und dem «Worst Case» von 469g bis 4.426g. Dies wäre im schlechtesten Fall ungefähr das 30-fache eines mit einem Auto zurückgelegten Personenkilometers. Wirksame Gegenmassnahmen könnten sein: Elektrozustellfahrzeuge, Zusammenlegung von Logistikunternehmen in ländlichen Regionen, gebündelte Zustellung an Paketshops und Packstationen, Reduzierung von Verpackungsmaterial, Einsatz von Mehrwegversandtaschen und Nutzung erneuerbarer Energien. Meine Empfehlung: Nutzen Sie diese Informationen auch, um das Bewusstsein bei Ihren Kund:innen zu schärfen.

## 04 Fünf Fragen, die sich Chief Sales Officers (CSO) stellen sollten

Im Vertrieb und im Management ist es entscheidend, die richtigen Fragen zu stellen, damit Ihr Unternehmen auf Kurs bleibt. Aus meiner langjährigen Erfahrung haben sich fünf Fragen herauskristallisiert, die sich Chief Sales Officers (CSO) stellen sollten. In diesem und in den folgenden Newslettern lege ich sie Ihnen gerne dar.

**Frage Eins:** Wie verkaufen wir überhaupt?

Ein tieferes Verständnis dafür, wie Ihr Unternehmen seine Produkte oder Dienstleistungen verkauft, ist entscheidend für den Erfolg. Erkundigen Sie sich nach den Vertriebskanälen, den Entscheidungsfindungsprozessen und der Ausrichtung auf die Kund:innen. Wenn es Diskrepanzen zwischen dem Vertriebsansatz oder -kanal und der Zielgruppe gibt, werden Sie einen wertvollen Konflikt in Ihrer Vertriebsstrategie finden.

Haben Sie eine Antwort auf diese Frage?

## 05 Erfolgssprinzip #6 Nachfragen

Ich stelle Fragen, um zu verstehen, aus welchem Grund Dinge passieren, statt einfach etwas anzunehmen oder Menschen zu verurteilen. Miteinandersprechen, nicht übereinander. Wir glauben meist zu wissen, was andere meinen. Oft liegen wir aber komplett falsch. Das können wir erst merken, wenn wir nachfragen. Wir sollten viel mehr Fragen stellen, um Missverständnisse zu verhindern: «Was meinst Du denn genau damit? Aus welchem Grund siehst Du das so?» Damit erweitern wir nicht nur unseren Horizont, sondern lernen andere Menschen besser kennen und verstehen. Das ist die Basis einer guten Kommunikation und damit einer guten Beziehung.

[Meine Philosophie](#)

## Vertriebs News WELT!

### Schweiz: Fair Fashion Award

Swiss Fair Trade und die Amphora-Stiftung wollen mit der Auszeichnung vorbildlich handelnde Unternehmen ins Rampenlicht rücken. Diese könnten so anderen Unternehmen als Inspirationsquelle dienen. In diesem Jahr steht das Thema Transparenz im Zentrum. Der Preis ist mit 20'000 Franken dotiert. Die Bewerbungsfrist gilt bis zum 30. Juni.

### Travel Books by Louis Vuitton

In der Travel-Book-Serie des französischen Luxusmodehauses, jeder Band illustriert von internationalen Künstler:innen, erscheinen zwei weitere Ausgaben. Amsterdam wird von dem französischen Autor und Illustrator Laurent Giluffo in Szene gesetzt. DJ und Grafikdesigner Atak aus Deutschland zeigt Indonesien durch seine Augen.

