



A 4947

magazin

Beigeheftet

Informationen für
Kleingewerbetreibende

IHK-Weiterbildungsprogramm

Januar bis März unter
www.duesseldorf.ihk.de

IHK Magazin online

Jetzt als App im Amazon-,
Google- und Apple-Store



Start me up!

Düsseldorf bietet innovativen
Gründern ein exzellentes Umfeld.

Still on the road

Über Geschäfte in den USA, ein „buntes“ Leben und seine ehrenamtliche Tätigkeit bei der IHK Düsseldorf sprach das IHK-Magazin mit Gerd W. Kichniawy, CEO gac LP, Atlanta.

Text: ANTJE MAHN
Fotos: WILFRIED MEYER

„Mein Leben ist bunt“, stellt Gerd W. Kichniawy, CEO gac LP, Atlanta, gleich zu Beginn des gemeinsamen Gesprächs fest. Im Laufschrift geht es dann auch durch knapp sieben Jahrzehnte Lebens- und Zeitgeschichte, denn der Jubilar wurde im August 70 Jahre alt.

Geboren wurde Gerd W. Kichniawy in der Düsseldorfer Altstadt, ging auf eine katholische Eliteschule in Bad Honnef und ließ sich dort insbesondere für das Fach Geschichte/Historie begeistern. Nach dem Schulabschluss folgte eine Ausbildung zum Industriekaufmann bei Heinrich de Fries in Düsseldorf, im Anschluss daran ein Volontariat bei der Wirtschaftsbank, dem Vorläufer der heutigen Volksbank. „Eigentlich wollte ich auch noch studieren, aber dann warb mich ein Kunde der Bank ab. Für ein belgisches Unternehmen sollte ich fortan den Vertrieb in Deutschland organisieren, und in der Position des Verkaufsleiters habe ich wirklich etwas gelernt für's Leben“, beschreibt Kichniawy seinen Werdegang.

Anwalt des Marktes

Neben der Umtriebigkeit – und dem zweifelsohne vorhandenen Verkaufstalent – war und ist Kichniawy eines wichtig – und zwar der Markt mit seinen Spielregeln. „Der Markt ist für mich das Maß aller Dinge. Ich verstehe mich darin als Makler, ganz gleich, ob Produkte ihre Abnehmer, Dienstleistungen ihre Kunden oder Geschäftspartner zueinander finden sollen. Denn der Prozess des Makelns und Modernisierens hat mich bereits in jungen Jahren fasziniert und tut es auch heute noch.“

Wo aber funktionieren die Mechanismen des Marktes offensichtlicher, als in der Werbung? Das sagte sich auch der Mittzwanziger und heuerte bei der renommierten Werbeagentur Dr. Hegemann an. Seinerzeit aktiv in der Jungen Union dauerte es dann auch nicht lange, bis Kichniawy als Kopf eines 13-köpfigen Teams 1970 den Bundestagswahlkampf der CDU in Düsseldorf gegen den Trend mitorganisierte. Auch wenn der Partei seinerzeit der Sieg verwehrt blieb, so hatte die Kichniawy-Truppe offenbar gut gearbeitet. „Gute Werbung braucht gute Ideen. Und als Ideengeber habe ich mich – und tue es auch heute noch – stets verstanden. Denn es gibt kaum etwas Spannenderes, als zu sehen, wie aus einer Idee ein Plan wird, der – perfekt ausgeführt – schließlich auch zum erwünschten Ziel beziehungsweise Ergebnis führt“, so Kichniawy. Aus der Zusammenarbeit mit Kreativen, insbesondere Lutz Nagel (dem Erfinder der Kampagne „Aus Freude am Fahren“ für BMW), wurden Slogans und Kampagnen wie das Gard-Haarstudio geboren. „Als wir einen Etat im Wert von damals 30 Millionen Mark p. a. an einen Mitbewerber verloren, wusste ich, es ist wieder an der Zeit, etwas Neues zu beginnen“, beschreibt Kichniawy seinen Rückzug aus der Werbung. Ziel: Nicht mehr von dem Wohl und Wehe anderer abhängig zu sein, sondern künftig auf eigenen Füßen zu stehen und entscheidenden Einfluss auf die Ausführung zu nehmen.

Ratgeber der Wirtschaft

1978 gründete Gerd W. Kichniawy die „Wirtschaftsberatung Kichniawy & Partner“. Geschäftszweck: Über die Einrichtung von Beiräten mittelständischen Unternehmen kontinuierlich Hilfestellung in allen Fragen des geschäftlichen Alltags zu

geben. „Ich habe das Geschäft nie im Sinne eines kurzfristigen projektbezogenen Auftrags verstanden, an dessen Ende man das Unternehmen zwar auf den Kopf gestellt hat, die Aufräumarbeiten dann aber wieder dem Kunden überlässt. Ich betrachte Mandate in Beiräten als langfristige strategische Engagements, so lange diese beiden Seiten zu einer Win-win-Situation verhelfen“, beschreibt Kichniawy.

Der Ehrenamtler

Als ob es nicht genug wäre, das eigene Unternehmen auf die Beine zu stellen, engagierte sich Kichniawy ab 1978 auch ehrenamtlich in der IHK, speziell bei den Wirtschaftsjunioren. Zurecht stolz ist er darauf, seinerzeit das Düsseldorfer Patenschaftsmodell mit angestoßen zu haben, über das jedem Existenzgründer für vier bis sechs Monate ein Pate an die Seite gestellt wurde, der ihm/ihr bei den ersten Schritten in die Selbständigkeit mit Rat und Tat zur Seite stand. „Der Clou dabei war, dass wir Paten ja selber erst seit kurzem Unternehmer waren, wir also die Probleme unserer ‚Patenkinder‘ vor noch nicht allzu langer Zeit selbst durchlitten und gemeistert hatten.“ Ausgezeichnet mit Landes- und Bundespreisen machte das Düsseldorfer Modell alsbald Schule – nicht zuletzt aufgrund der exzellenten Pressekontakte aus Kichniawys Agenturtätigkeit. „Capital“, „Impulse“, „Bunte“,



„Wirtschaftswoche“ und das Frühstücksfernsehen von RTL rissen sich um den smarten Düsseldorfer Berater, der die Dinge auf den Punkt brachte – ohne dabei allerdings ein Blatt vor den Mund zu nehmen.

Ein Freund Amerikas

Über seine Beiratstätigkeit und im Zuge der zunehmenden Internationalisierung dauerte es nicht lang, bis Gerd W. Kichniawy seine Geschäftstätigkeit auf das „Sehnsuchtsland“ USA ausdehnte. „Schon als Jugendlicher habe ich – wie viele andere auch – unter der Bettdecke Jerry Cotton-Romane verschlungen, den Stadtplan von New York kannte ich auswendig. Meine Mutter wiederum war eine glühende Verehrerin von Pearl S. Buck, und beides schürte meinen Traum von Amerika.“ 1982 nahm Kichniawy an einer vom Land NRW und der IHK gemeinsam organisierten Unternehmerreise nach Orlando teil. Hier reifte schnell der Entschluss, in den USA eine eigene Firma aufzumachen, die deutschen Unternehmen den Eintritt in den US-amerikanischen Markt erleichtern sollte. „Meine Erfahrung zeigte mir, dass deutsche Unternehmen sich zwar sorgfältig auf Engagements in asiatischen Märkten vorbereiteten, die Besonderheiten des US-Marktes dagegen oft völlig unterschätzten. Die Fehler, die beim Markteintritt gemacht werden, sind dabei nahezu dieselben geblieben: Deutsche Firmen unterschätzen

die Anlaufkosten, die Größe des Landes, den bürokratischen und administrativen Aufwand, gehen häufig absolut unprofessionell vor und vernachlässigen sträflich die aktive und nachhaltige Vermarktung ihrer Produkte und Dienstleistungen – was im Mutterland des Marketings eine Todsünde ist.“

Gesagt, getan: 1983 erfolgte die Gründung der gac LP in Atlanta, USA, mit Spezialisierung auf den operativen Betrieb von US-Tochtergesellschaften europäischer Unternehmen. Heute verwaltet gac LP circa 100 Millionen US-Dollar Kundenumsatz in den USA und hat in 30-jähriger Geschäftstätigkeit bereits mehr als 140 Unternehmen erfolgreich bei ihrem USA-Geschäft betreut. Fast unnötig, zu erwähnen, dass Gerd W. Kichniawy sich auch „über'm Teich“ ehrenamtlich engagiert (hat), zunächst im Board der Auslandshandelskammer (AHK) New York, und bis vor einigen Jahren im Board der inzwischen eigenständigen AHK Atlanta. Mit seinem tiefen USA-Verständnis ist Kichniawy ein gefragter Gesprächspartner der bundesdeutschen IHKs mit dutzenden von Vorträgen und Einzelgesprächen p. a. Der IHK Düsseldorf stellt er sein profundes Wissen seit gut drei Jahrzehnten als Mitglied des IHK-Außenwirtschaftsausschusses zur Verfügung. 2006 wurde er Ehrenbürger des Staates Georgia, 2009 wurde ihm für sein transatlantisches Engagement

das Bundesverdienstkreuz verliehen. Seit 1992 ist Kichniawy darüber hinaus als Handelsrichter der 8. Kammer am Landgericht Düsseldorf tätig.

Etwas bewegen

„Ganz gleich, ob ich mich geschäftlich oder ehrenamtlich engagiere, mir geht es stets darum, etwas anzuschieben, etwas zu bewegen, etwas zu verändern. Was mich wirklich aufregt, ist, dass heute vieles in Gesetzen, Verordnungen und Regularien erstarrt ist. Regeln sind meiner Ansicht nämlich nur so lange gut, so lange man sie hin und wieder auch brechen darf“, meint Gerd W. Kichniawy. Und daher würde er sich von seiner IHK auch wünschen, hin und wieder etwas lauter, fordernder und pointierter aufzutreten, denn „Ihr macht doch eigentlich einen guten Job“. Und für dieses Lob bedanken wir uns an dieser Stelle artig und wünschen dem Jubilar noch viele umtriebige Jahre.



ANTJE MAHN
leitet die Öffentlichkeitsarbeit
der IHK Düsseldorf.

