

Newsletter

Im Mai 2012

Sehr geehrte Damen und Herren,

warum sollte man etwas ändern, was bisher gut läuft? Weil Wirtschaftskonzepte, Strategien usw. immer nur so lange gut sind, wie die Bedingungen für ihr Gelingen unverändert bleiben. Doch in einem veränderten Umfeld kann es geschehen, daß, was bisher Erfolg brachte, nicht mehr funktioniert. Zum Beispiel brach mit dem Aufkommen der Digitalkameras der Markt für Filme, Entwicklungsgeräte und –material zusammen. So etwas kann aber auch in die andere Richtung gehen. So meinte Gottlieb Daimler im Jahr 1901: „Die weltweite Nachfrage nach Kraftfahrzeugen wird 5000 nicht überschreiten - allein schon aus Mangel an verfügbaren Chauffeuren.“ Kurze Zeit später führte Henry Ford die Fließbandproduktion ein und machte damit das Auto für einen großen Teil der Bevölkerung erschwinglich; und die Eigentümer fuhren selber.

Wir sehen, durch eine falsche Einschätzung versäumt man Gewinnchancen. Ebenso verheerend können Reaktionen auf Veränderungen im Unternehmensumfeld sein, wenn diese Reaktionen zu spät kommen. Wenn man erst wartet, bis ein Auslaufen oder gar ein Niedergang sich in den Kennzahlen des Unternehmens bemerkbar macht, ist es meist für einen Turnaround schon zu spät. Dann bekommt man eben nicht mehr rechtzeitig die Kurve, weil das Erkunden und Entwickeln neuer Technologien, neuer Märkte, neuer Produkte usw. Zeit und damit Geld kostet. Wartet man zu lange, sind aber für die Veränderung weder Zeit noch Geld da.

Wenn man nun rechtzeitig sieht, daß es nicht weiter geht wie bisher, wo bieten sich neue Entwicklungsfelder? Dazu ein Beispiel: Ein Werk in der ehemaligen DDR war absolut führend im Kesselbau. Es machte zwar auch noch einiges andere, doch Kesselbau war das Kerngeschäft. Mit der Wende brachen dann die Kunden weg, die hauptsächlich in den osteuropäischen Ländern saßen. Der Westen brauchte keine Kessel.

An der Stelle sagen die Lehren, das Unternehmen solle sich auf sein Kerngeschäft konzentrieren. Aber was nutzen z. B. Patente und Innovationen im Kesselbau, wenn das ganze Segment wegbricht? Erst noch ein Schritt weiter zurück brachte die Lösung: Welche Kompetenzen sind erforderlich, um hochwertige Kessel herstellen zu können? Und da kam man auf die im Unternehmen bestens entwickelten Schweißverfahren; denn z. B. Gaskessel müssen absolut dicht sein. Und wo sonst noch sind diese Fertigkeiten gefragt? – Heute ist das Unternehmen erfolgreich im Bau von Pipelines tätig.

Wir leben in einer Zeit starker Veränderungen

Mit freundlichen Grüßen
Irene Maria Klöppel

Herausforderungen meistern

Counseling · Coaching · Training
Unternehmer-Beratung
Führungssysteme

kontakt@kloepfel-beratung.de
www.kloepfel-beratung.de

Sparkasse KölnBonn
Konto 1900 066 794
BLZ 370 501 98
Deutsche Bank
Konto 611 5067 00
BLZ 370 700 24

Erfüllungsort und
Gerichtsstand Köln, HRA 4440
Persönlich haftende
Gesellschafterin
Irene Klöppel GmbH,
HRB 13643
Geschäftsführerin
Irene Maria Klöppel