

Köln, Oktober 2008

KURSBUCH UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Chartauswahl

Erschienen September 2008 im

Walhalla-Fachverlag, Regensburg

ISBN 978-3-8029-3422-3 ; 24,90 Euro im Buchhandel

von

Dipl.-Kfm. **Ulrich Eggert**

Ulrich Eggert Consulting.Köln

An der Ronne 238, 50859 Köln Tel.: 02234/943937 Fax.: 02234/9489533

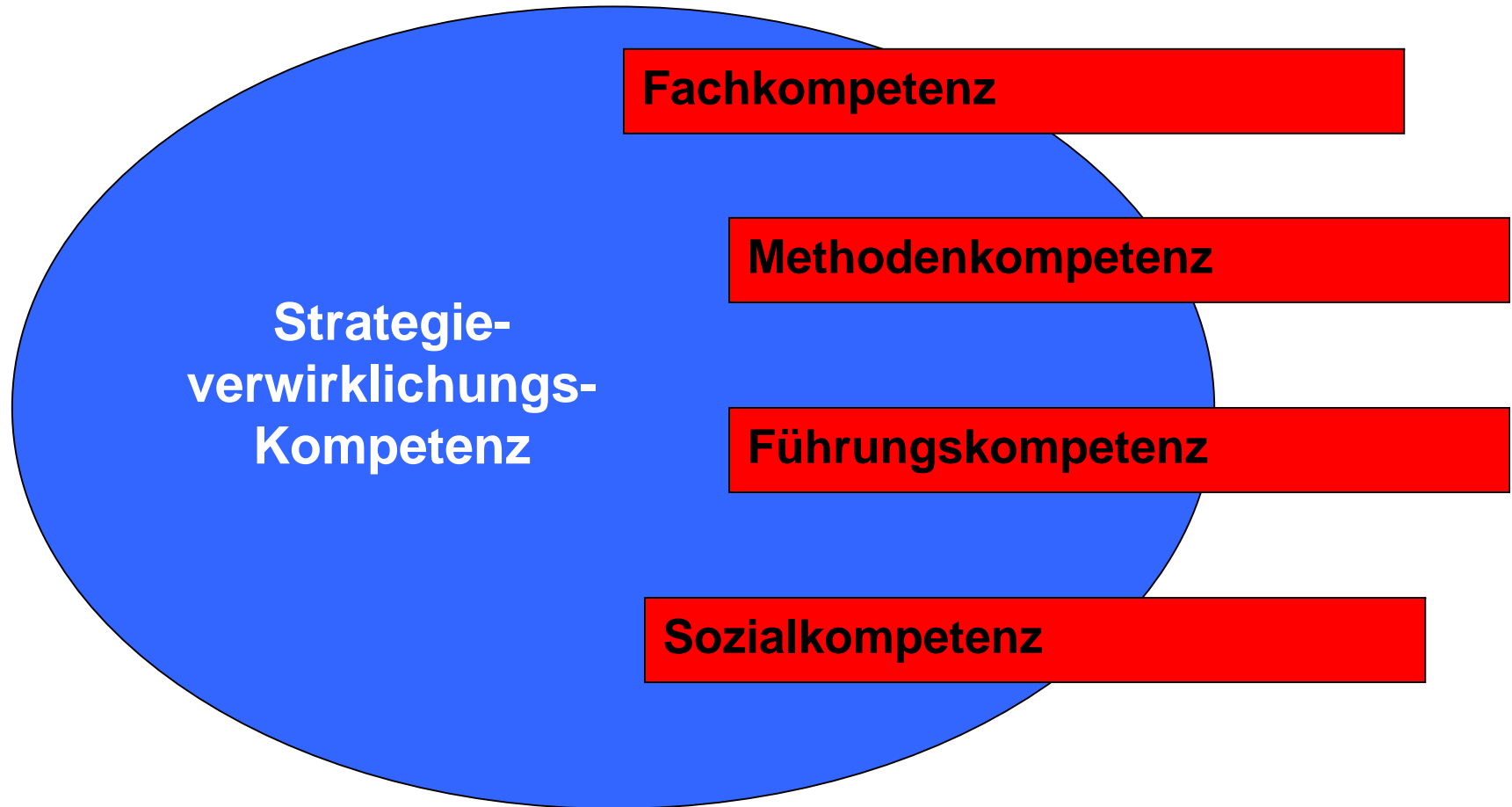
E-mail: mail@ulricheggert.de

Web: www.ulricheggert.de

Die Märkte der Zukunft aus Verbrauchersicht

1. **Gesundheitsvorsorge**, Pflege und Umwelt
2. Lebensqualität, **Wohlfühlen**, Sport und Schönheit
3. **Altersvorsorge**, Finanzen, Versicherungen und Geldanlagen
4. Immobilien (als Variante der Vorsorge)
5. **Unterhaltung** und Kommunikation
6. Mobilität und **Tourismus**
7. Convenience und Dienstleistungen
8. E-Commerce-Angebote
9. Professionalisierung der **privaten Haushalte**
10. Frequenz-, Bestseller- und POS-Artikel für den **Impulskauf** - geplant spontan
11. Esoterisch-spirituelle **Dienstleistungen**
12. **Neue Dienstleistungen** aller Art
13. Innovationen
14. Preisangebote/Discount
15. Seniorengerechte und singleorientierte Angebote

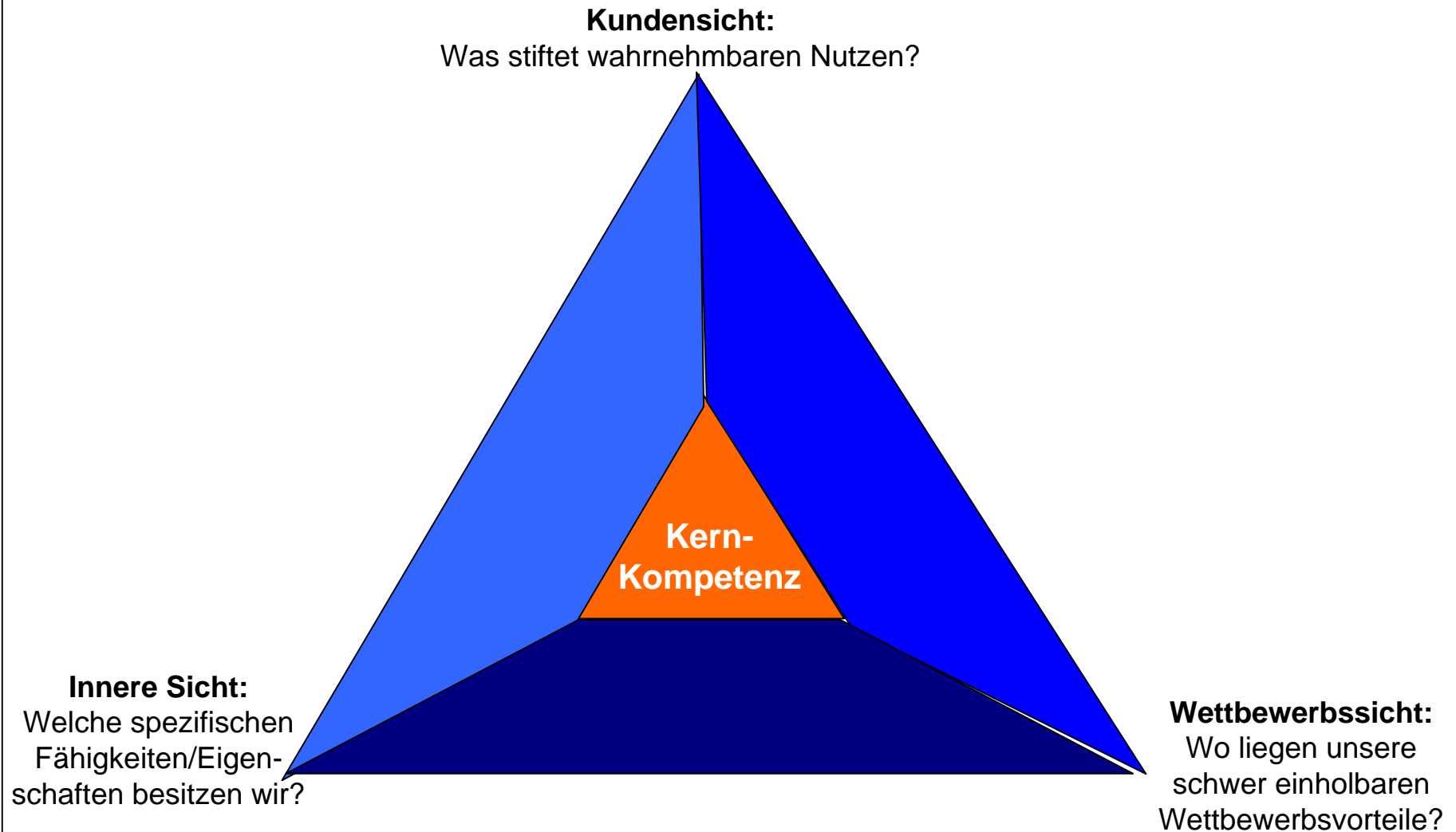
Kompetenzsystematik



Ziel: Angemessene Gewichtung der Schlüsselkompetenzen in den Anforderungsprofilen

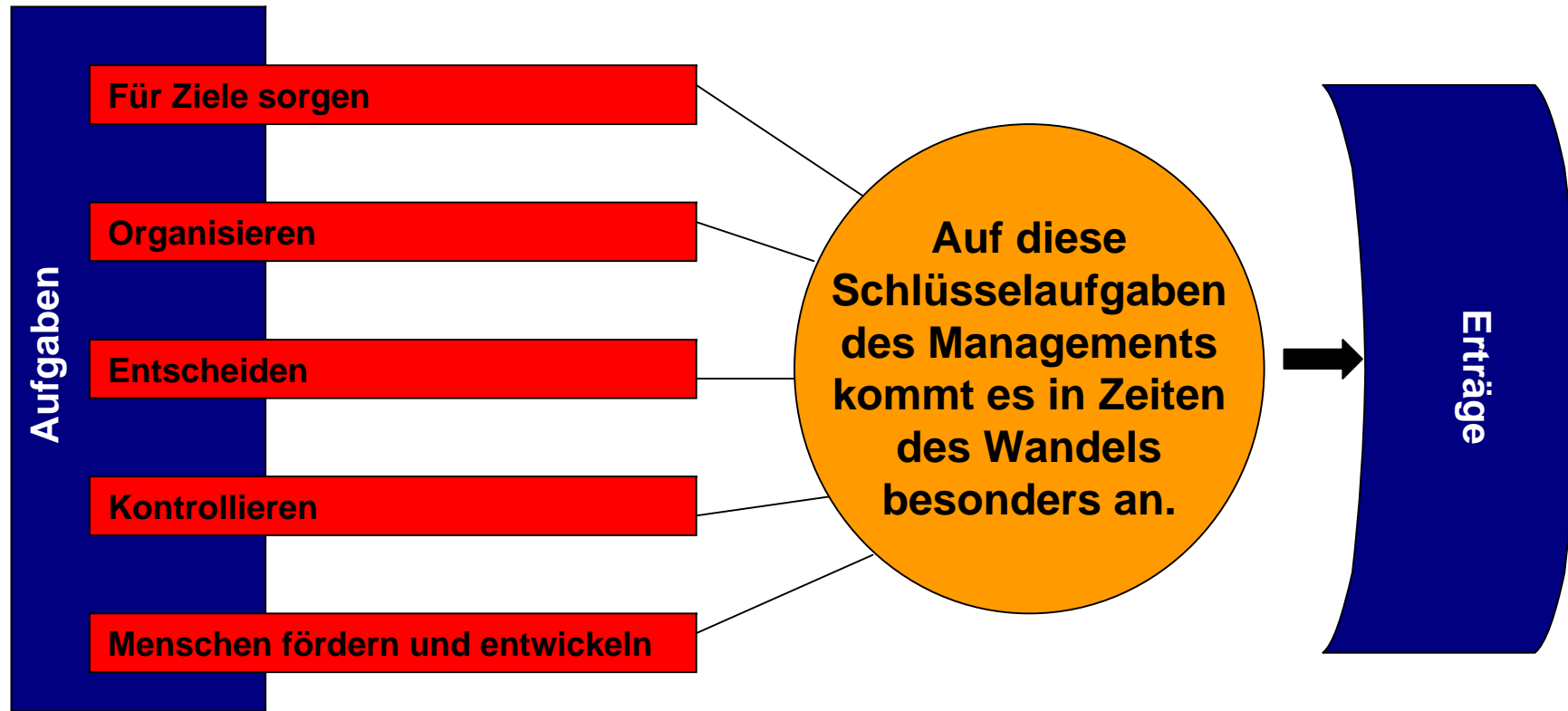
Quelle: 4managers / ILTIS GmbH

„Kernkompetenz“ integriert drei verschiedene Perspektiven



Quelle: Nicolas Nasner, IVM Consulting GmbH in: absatzwirtschaft

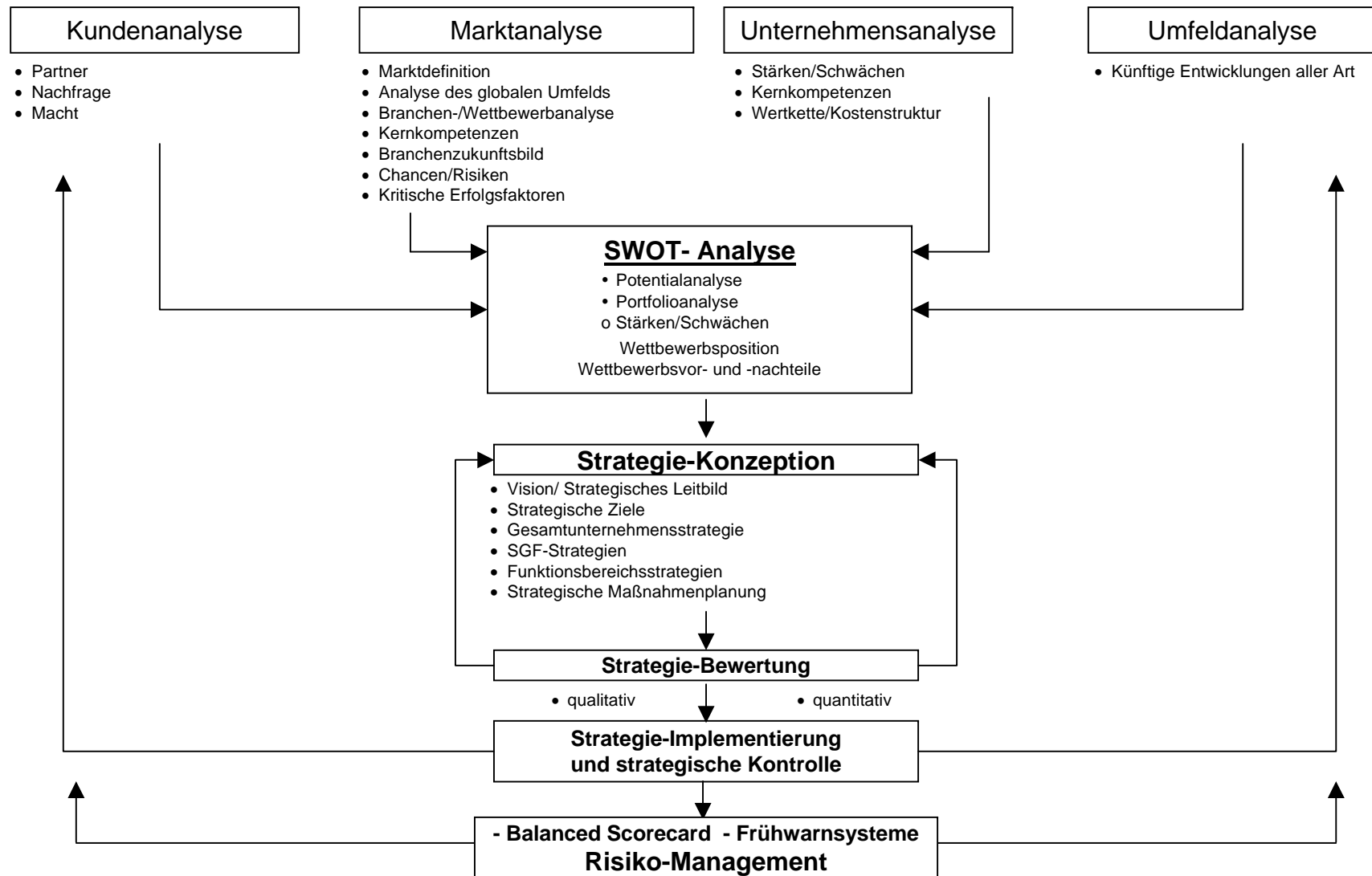
Funktionen des Managements



Das Was von Management ist überall gleich; das Wie kann, wird, muss gelegentlich verschieden sein.

Quelle: In Anlehnung an www.contrast.at

Strategie-Planungsprozess im Überblick



Anreize für Mitarbeiter

**Mitarbeitermotivation: Gute Bezahlung reicht nicht mehr.
Neue Wege, Ihre besten Kräfte nachhaltig zu motivieren.**

- Abschaffung der Wochenarbeitszeit.
- Einführung von Jahres-Arbeitsstunden-Konten.
- Ein frei verfügbares Kontingent an Fehltagen (kein Krankenschein, kein Urlaubsschein, keine Angabe von Gründen nötig).
- Die Möglichkeit, auch mal von zu Hause aus zu arbeiten.
- Aussteigen auf Zeit – ein Sabbatical zu nehmen, ist für viele verlockend.
- Durch permanente Fortbildung mehr Eigenverantwortung übernehmen können.
- Eine liberale Firmenpolitik, die Verhältnisse zwischen Mitarbeitern toleriert.
- Kinderbetreuung im Unternehmen.
- Flexible Arbeitsmodelle für Eltern.

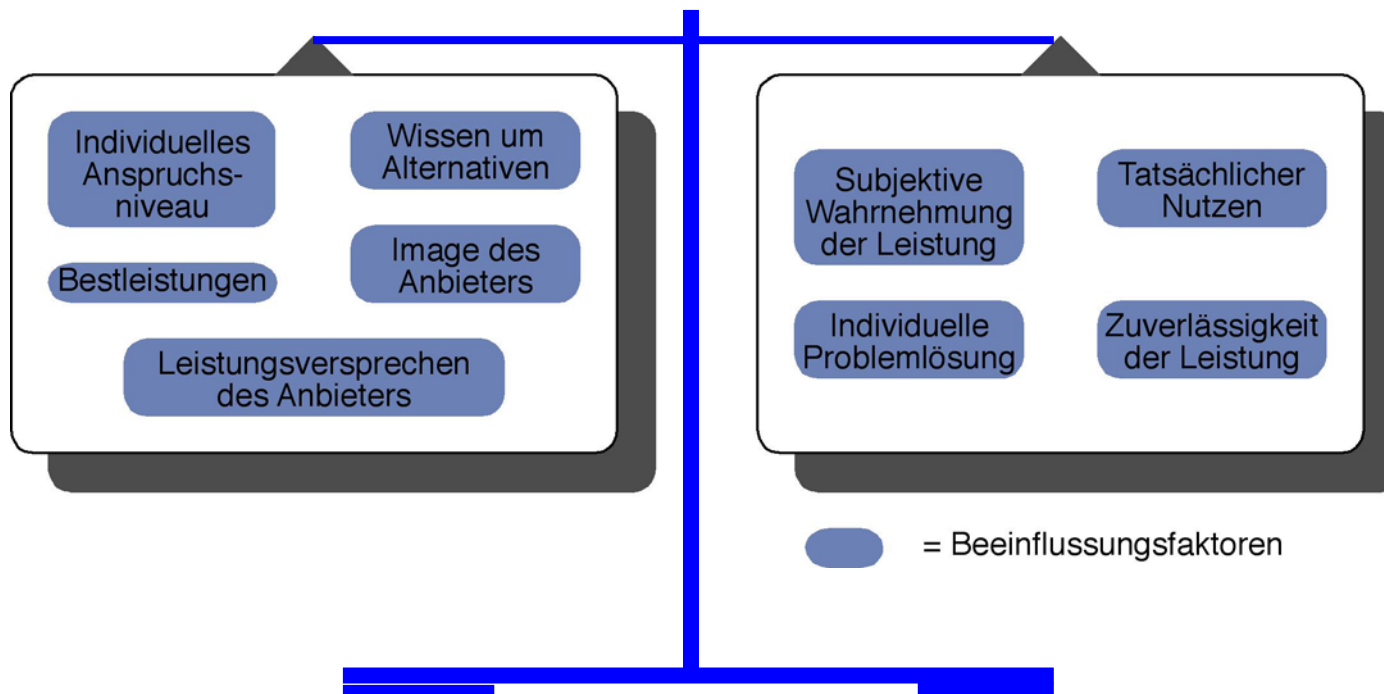
Wie entsteht Kundenzufriedenheit

Kundenzufriedenheit ist das Ergebnis eines Vergleichsprozesses des Kunden zwischen

seinen Erwartungen

und

den wahrgenommenen Leistungen



Quelle: ServiceBarometer AG, in: absatzwirtschaft 1/2005

Funktionsauslagerungsverträge

Verträge

rechtlicher Begriff

Lizenzvergabe

Überlassung von geschütztem Patent, Warenzeichen gegen Gebühr

Franchising

Überlassung von Marketing- und Vertriebs-Know-how gegen Gebühr

Depot-Vertrieb

Überlassung von Ware gegen vollen Ersatz

Concessions

Überlassung von Verkaufsflächen gegen Miete und Umsatzbeteiligung

Agentur-Vertrag

Überlassung von Arbeitskraft und Fläche gegen Provision

Rack Jobbing

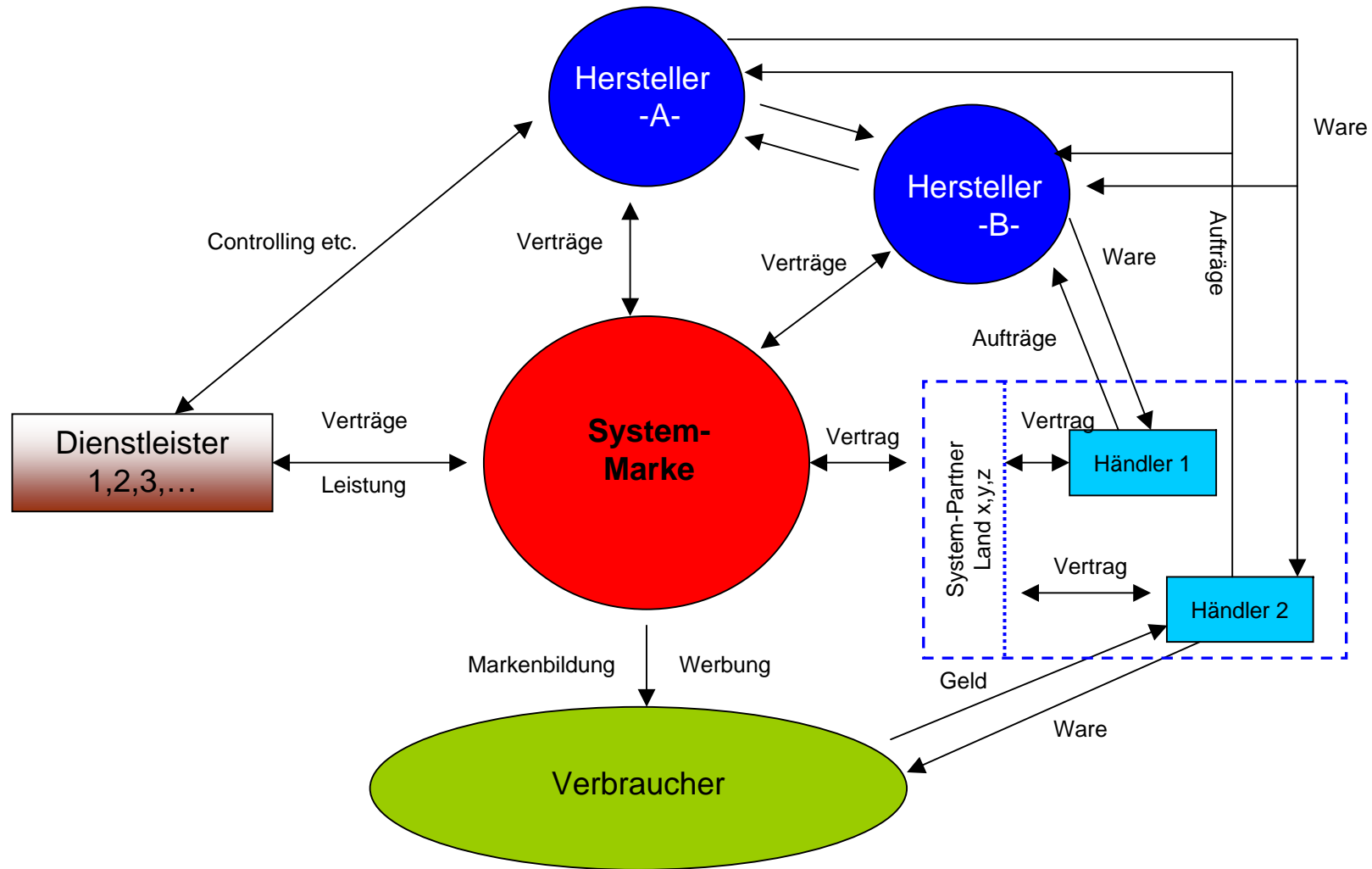
Überlassung von Regalfläche gegen Umsatzbeteiligung bei Rücknahmeverpflichtung

Quelle: Vortragsmanuskript Rechtsanwalt Dr. Rüdiger Fromm, Koblenz

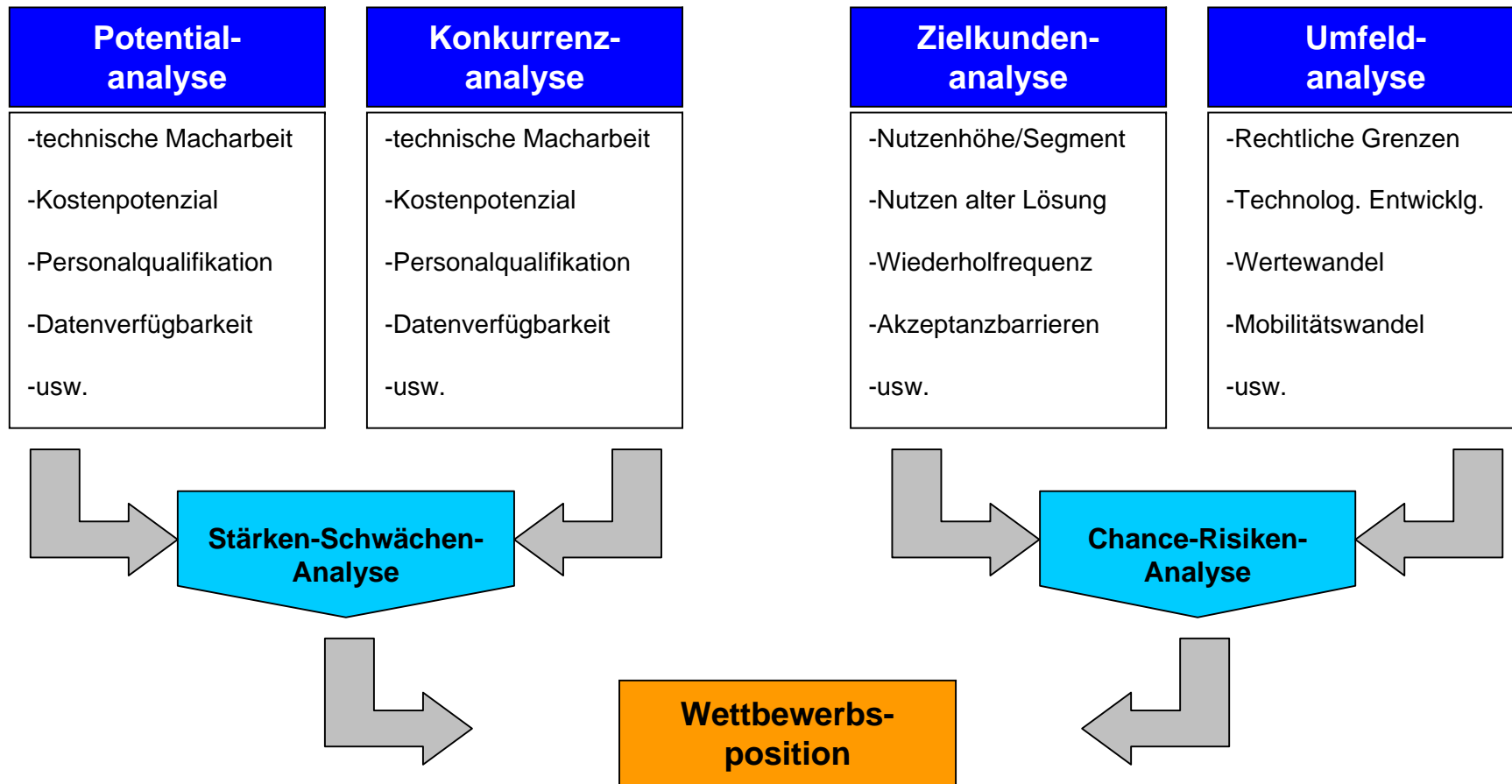
Wichtige Franchising-Vorteile im Überblick

Vorteile für Franchise-Geber	Vorteile für Franchise-Nehmer
<p>Expansion ohne Groß-Investitionen möglich</p> <p>Marktnähe erreichbar</p> <p>Hoher Einfluss auf den Betrieb gegeben</p> <p>Durchsetzung der Marketingkonzeptionen leichter</p> <p>Corporate Identity durchsetzen</p> <p>Personaleinsparung im Zentralbereich</p> <p>Entlastung der Zentrale</p>	<p>Nutzung eines bewährten Konzeptes</p> <p>Risikoabsicherung</p> <p>Rechtliche Selbständigkeit gegeben</p> <p>Einkaufsvorteile durch Bündelung</p> <p>Werbeunterstützung</p> <p>Ausbildung seitens Zentrale</p> <p>Finanzierungshilfen i.d.R. gegeben</p> <p>Betriebsführungshilfen</p> <p>Rechtshilfen</p>

System eines virtuellen Markenführers



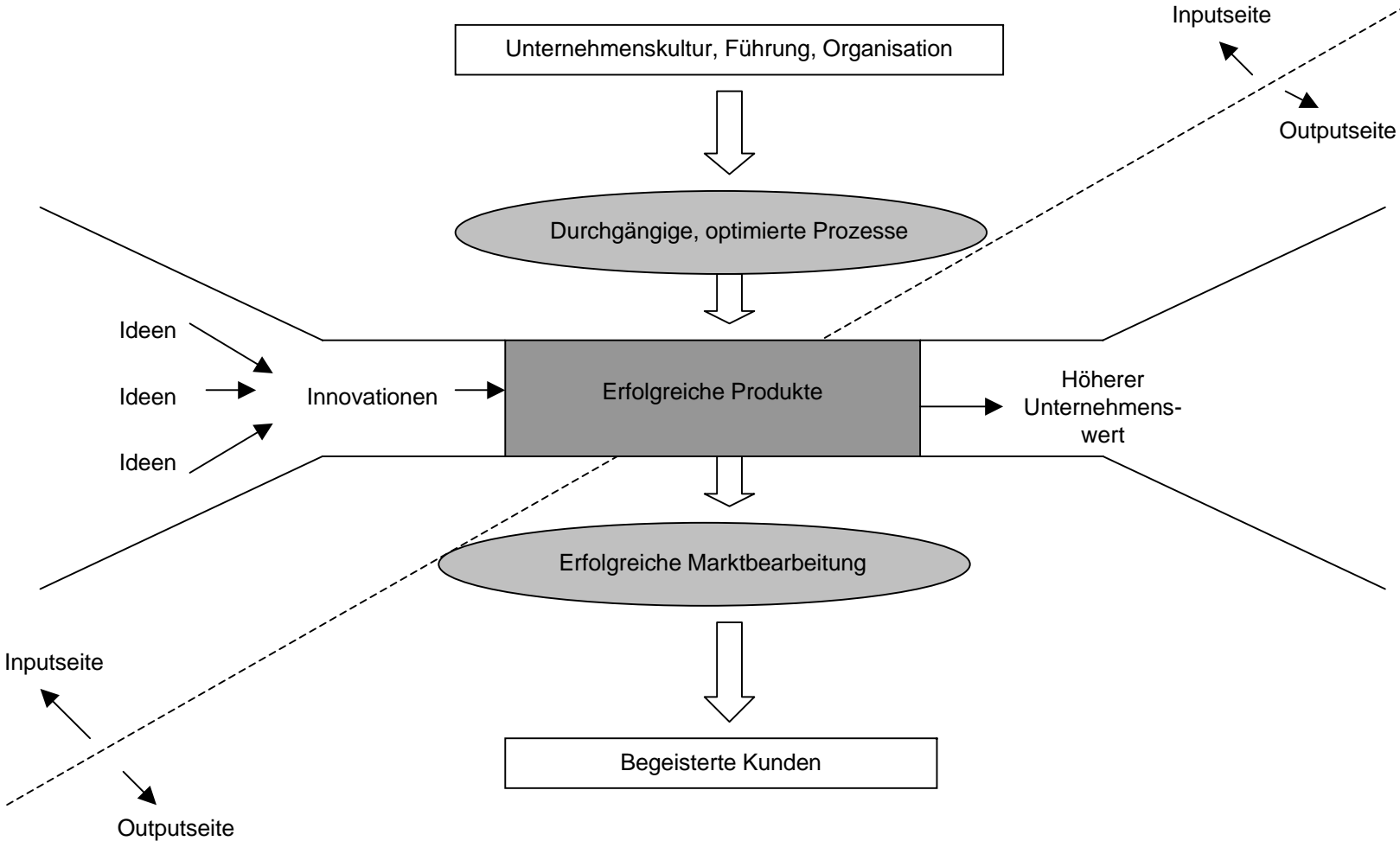
SWOT-Analyse



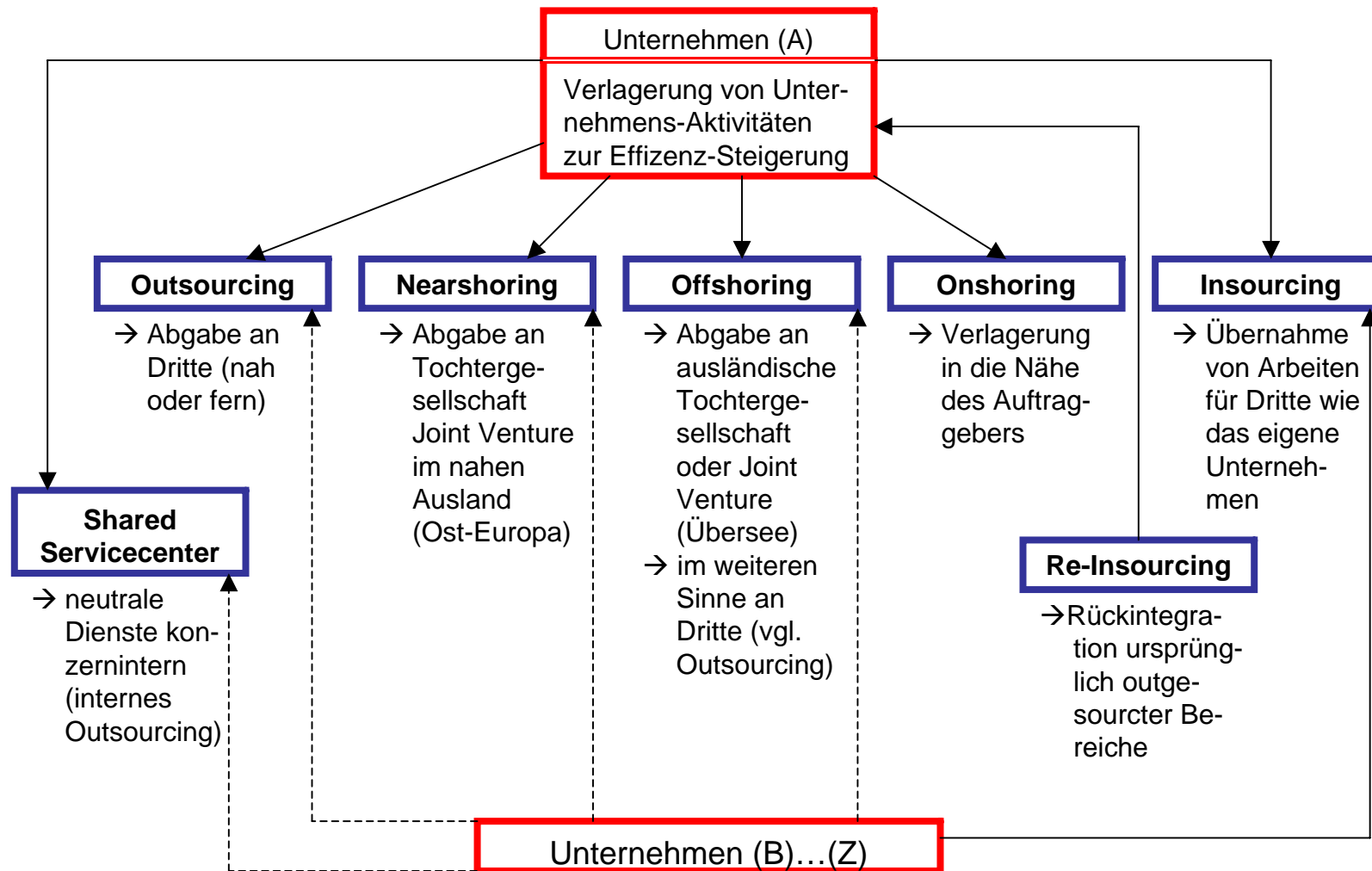
SWOT=Strengthes and Weaknesses, Opportunities and Threats

Quelle: Vortragsmanuskript Prof. Dr. Volker Trommsdorf, Berlin

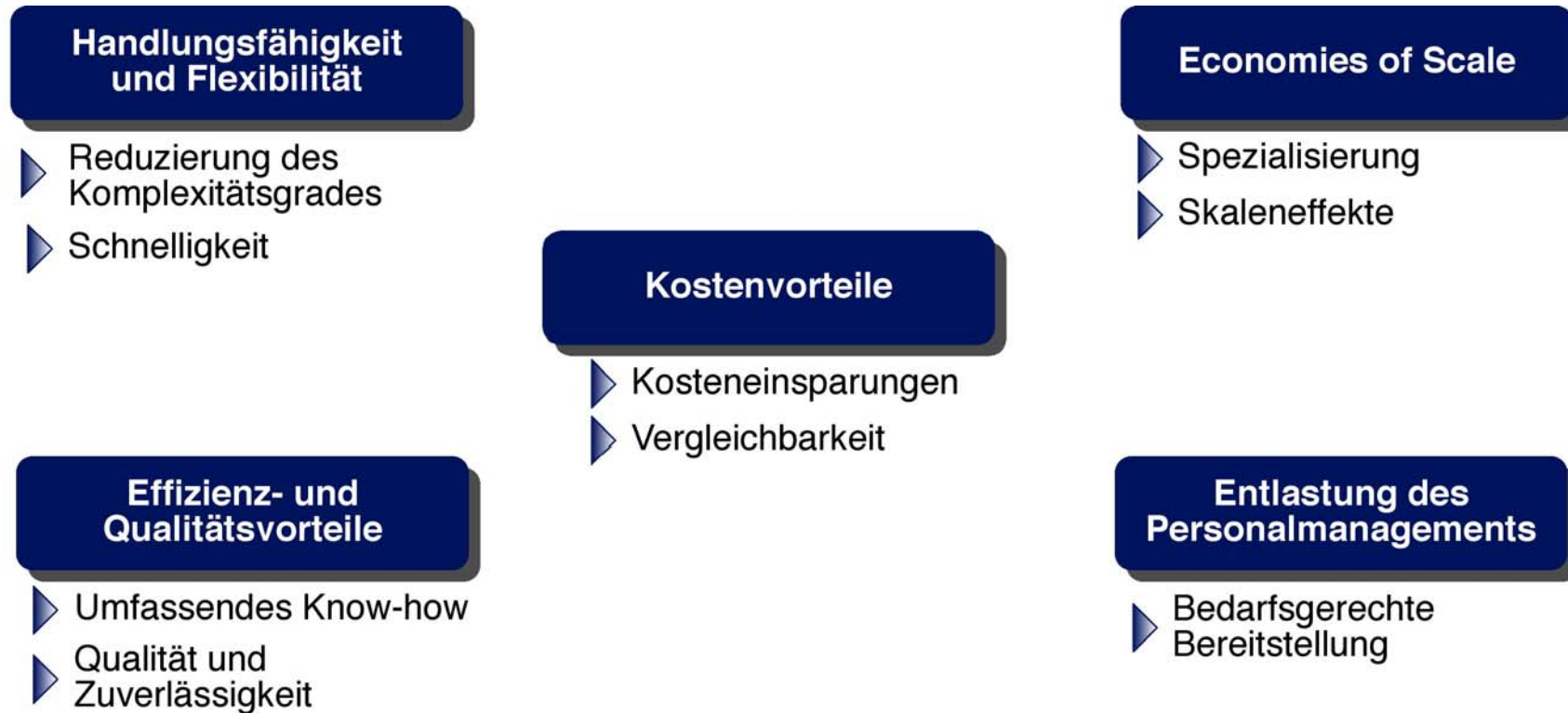
Innovationen und Unternehmenswert



Formen der Verlagerung von Firmenaktivitäten zur Effizienzsteigerung

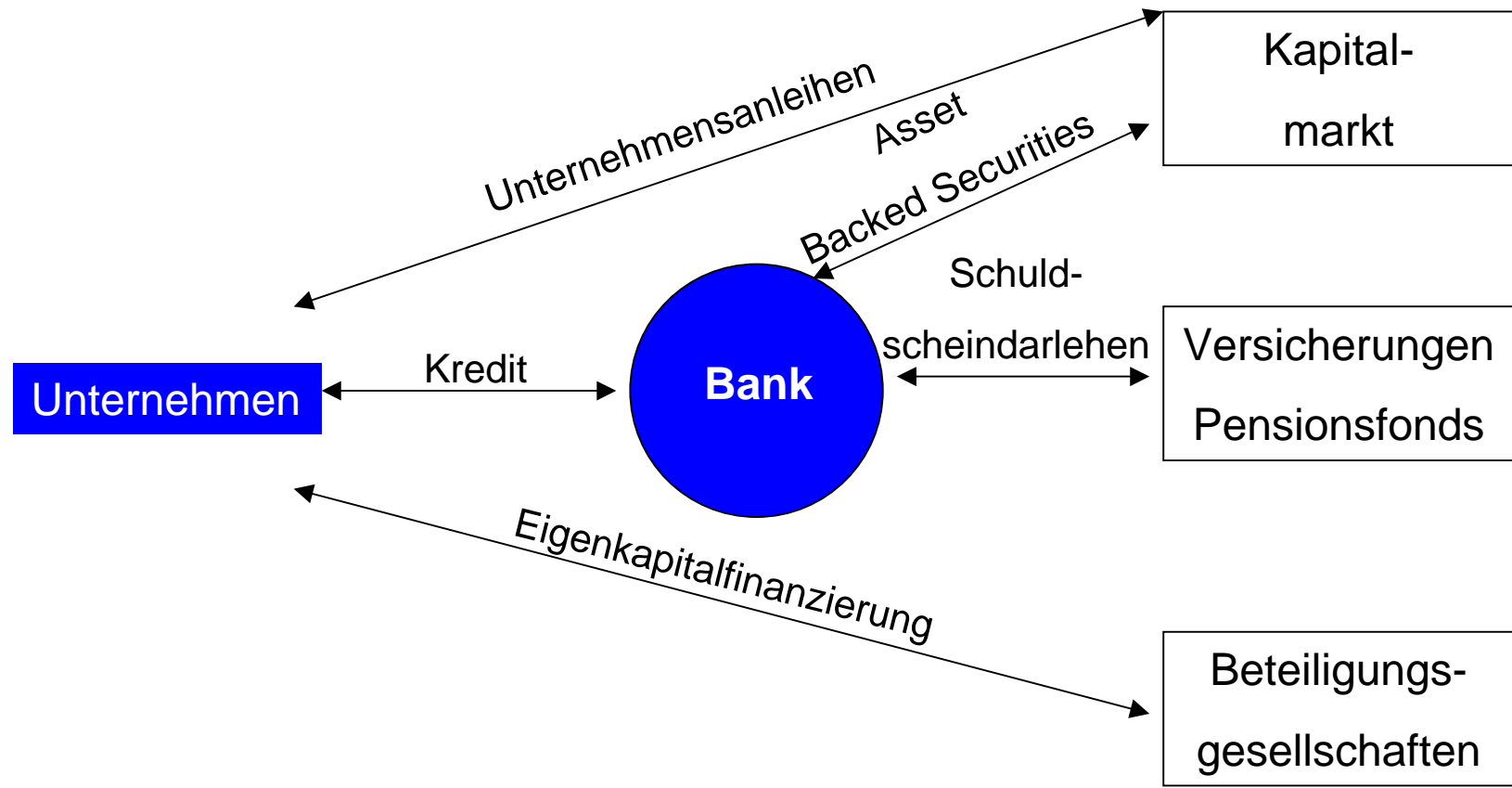


Chancen durch Outsourcing



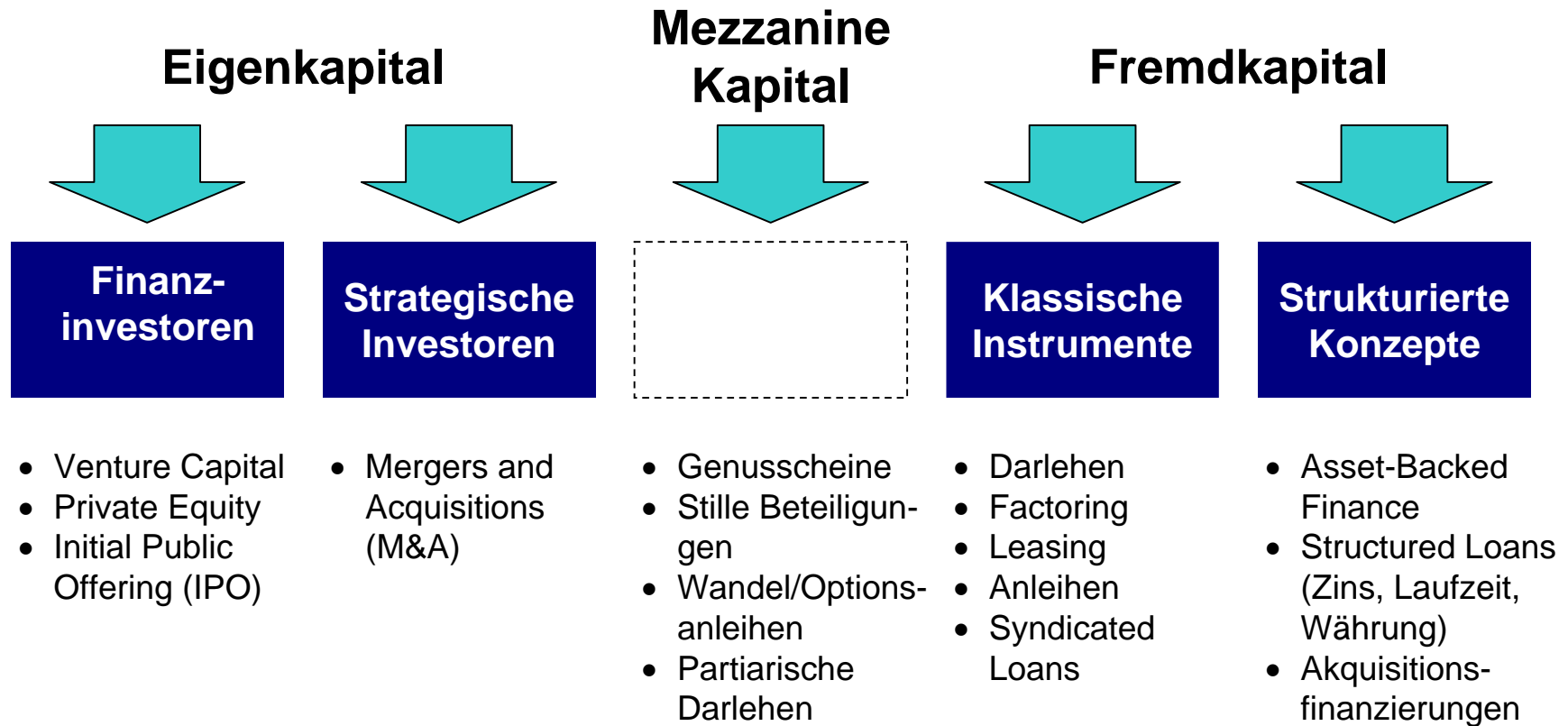
Quelle: www.4managers.de powered by Iltis GmbH; 2006

Neue Finanzierungswege für den Mittelstand



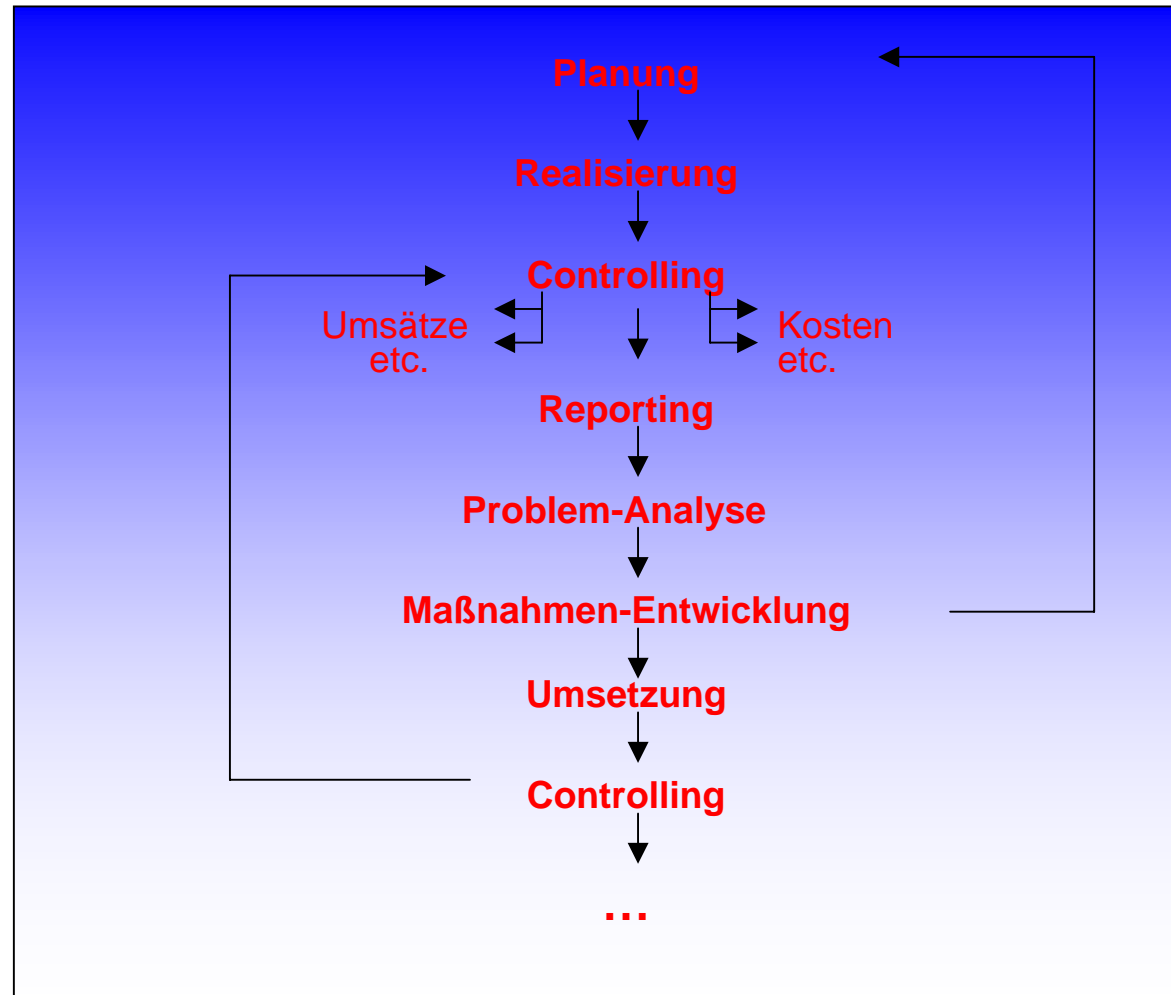
Quelle: IKB-Publikation „Automobil Produktion“ 2006

Finanzierungsinstrumente



Quelle: Dr. Kruth, PWC, Vortragsmanuskript

Generelles Schema des laufenden Planungs-/Controlling-Prozesses

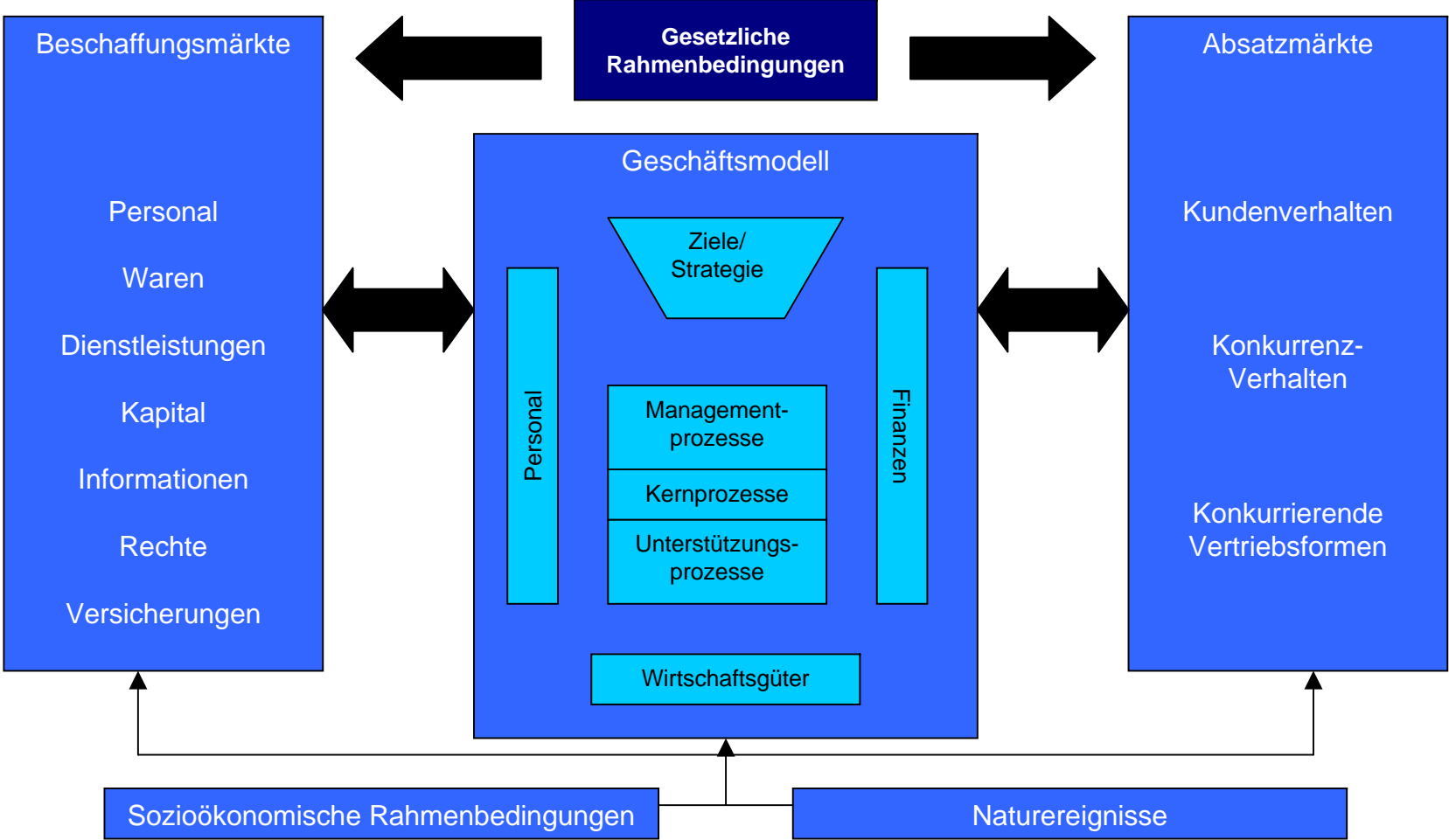


Kritische Erfolgsfaktoren des Controlling

- Controllinggerechte **Führung** (Ziele, Planung etc.)
- **Rückendeckung** durch Geschäftsführung
- Controlling**bewusstsein** im Unternehmen
- **Akzeptanz** der vom Controlling gelieferten **Information**, Wille zur **Transparenz**
- **Organisatorische Verankerung** des Controllings
- Machtausstattung, **Kompetenz**, Verantwortung des Controllings
- **Ressourcen** des Controllings
- **Persönlichkeit** des Controllers, fachliches Know-how
- Sachlich-inhaltliche **Gestaltung** des Controllingssystems

Quelle: www.contrast.at

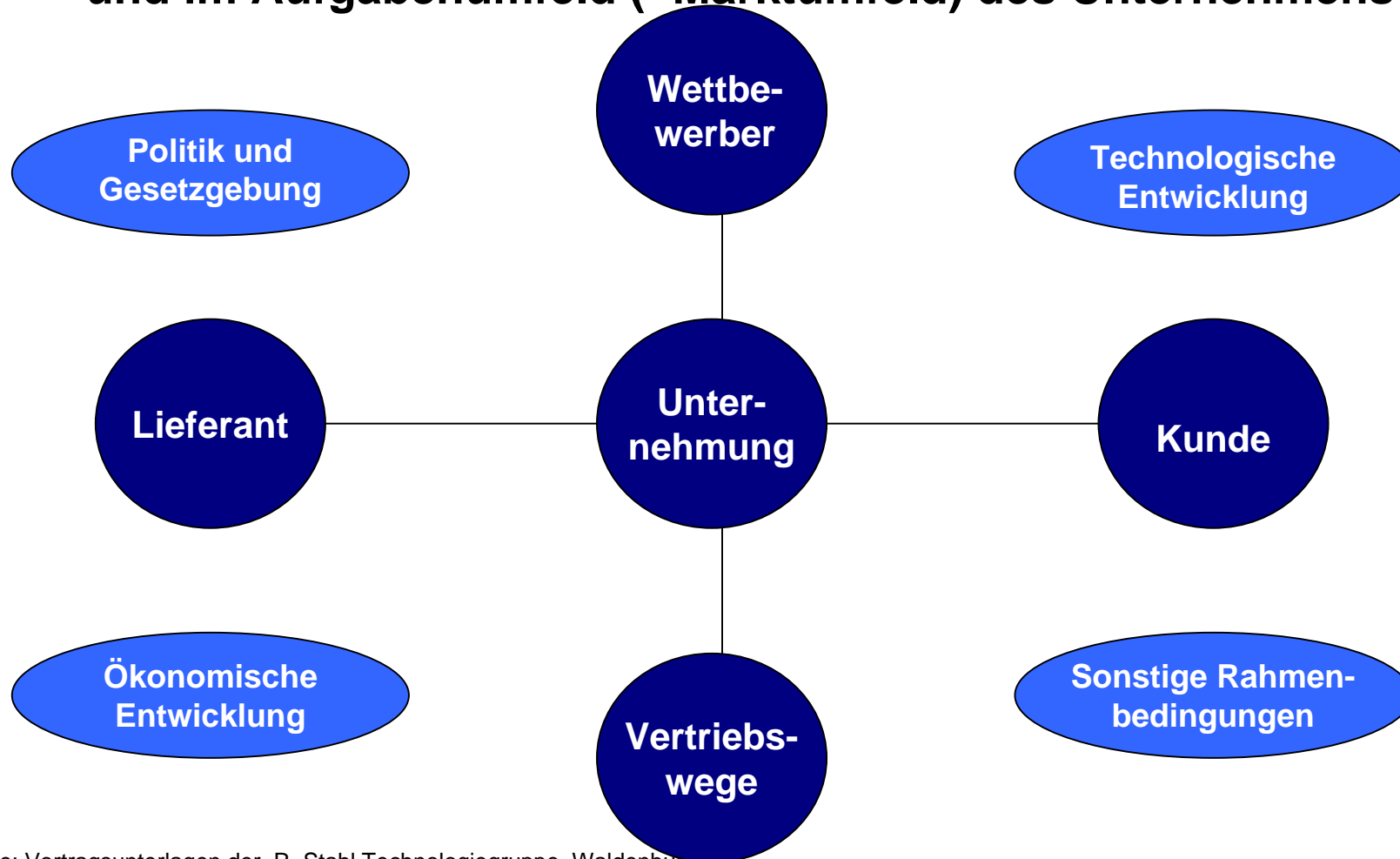
Risikolandschaft eines Unternehmens



Quelle: Harald Ewig, PwC, Vortragsunterlagen

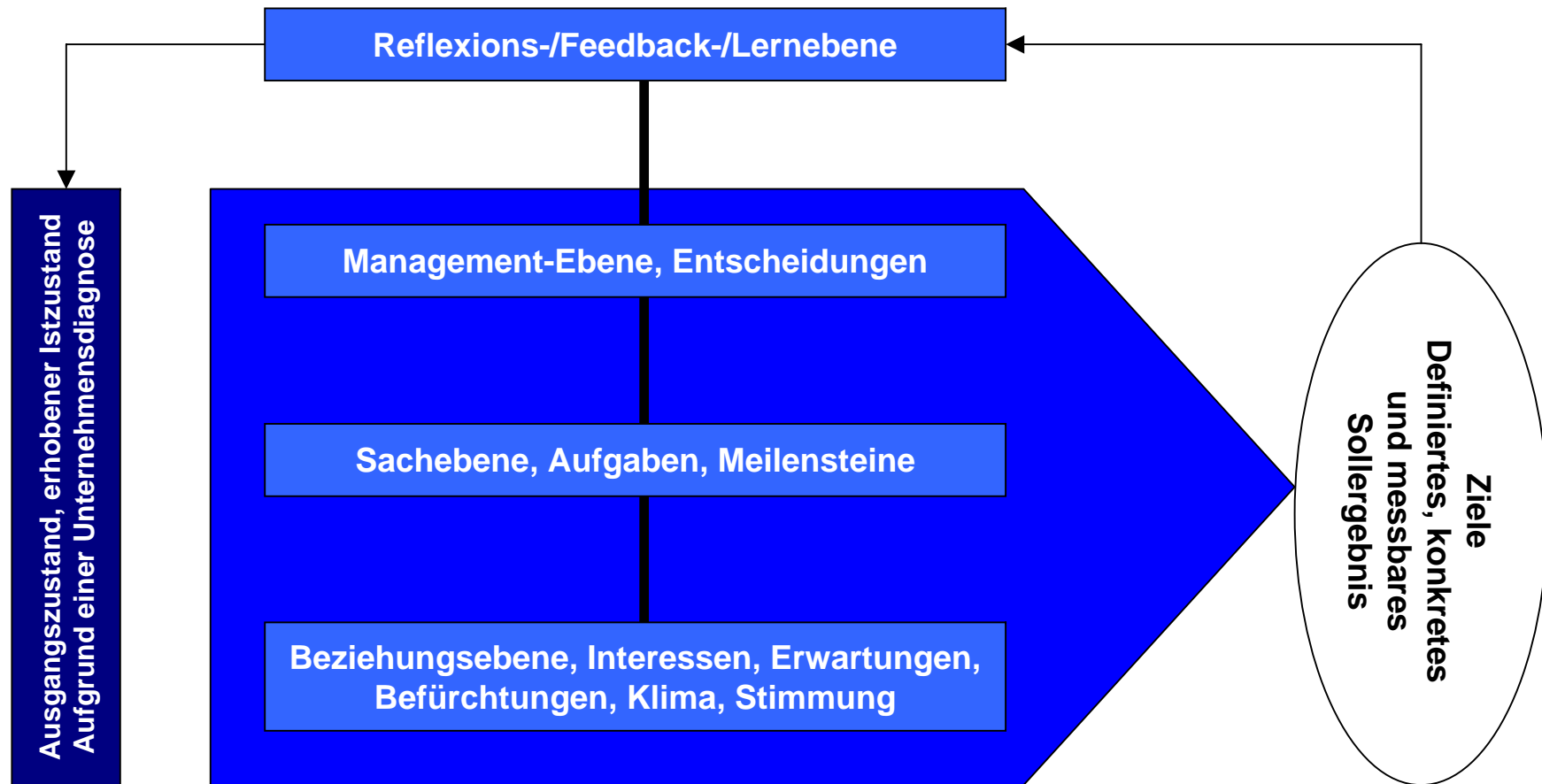
Risikotreiber

**Identifikation relevanter Bereiche im globalen Umfeld
und im Aufgabenumfeld (=Marktumfeld) des Unternehmens**



Quelle: Vortragsunterlagen der R. Stahl Technologiegruppe, Waldenburg

Prozessebenen eines Management of Change



Quelle: Prof. Dr. R. Neumann, Klagenfurt; Vortragsunterlagen 2005/6

Zehn Lektionen für erfolgreiches Change Management

Probleme	Lektionen	Mögliche Maßnahmen
Die Ziele der Veränderung bleiben hinter Worthülsen verborgen.	Die Gründe erläutern.	Umfeld- und Statusanalyse transparent machen; Vision formulieren; X-Punkteprogramm anstoßen
Frühere Veränderungen sind nicht beendet, widersprüchliche Initiativen nicht aussortiert worden.	Realistische Ziele setzen	Projekte ordnen; gleichzeitige Initiativen koordinieren; Projekt Management Office einrichten
Die Chronologie und die Zusammenhänge der Maßnahmen sind nicht erkennbar.	Das große Ganze im Blick behalten.	Gesamtübersicht erstellen; auf Zielgruppe abgestimmte Storys entwickeln
Die Führungsebene steht nicht ausreichend hinter dem Projekt.	Einen klaren Auftrag einfordern	Klären, wer welche Rolle einnimmt; Okay der relevanten Gremien einholen; Projektorganisation aufstellen
Die Interessen der Entscheider bleiben unter der Oberfläche verborgen.	Die Interessen der Entscheider erforschen	Stakeholder-Analyse; die Interessen der Entscheider gezielt bearbeiten
Die unterschiedliche Herkunft und Kultur der Beteiligten wird nicht ernst genommen.	Kulturelle Unterschiede berücksichtigen	Kulturanalyse; Erwartungsmanagement; verbindliche Richtlinien ausarbeiten
Es ist nicht klar, wer nach der Veränderung Schlüsselaufgaben übernehmen soll.	Die Besten pflegen	Spitzenkräfte identifizieren und ihre Motivation erforschen; mittlere Performer ausblenden
Das Projektteam ist ein zusammengewürfelter, unzuverlässiger Haufen.	Ein schlagkräftiges Team formen	Anforderungsprofil erstellen; geeignete Mitarbeiter suchen; Team-Building-Maßnahmen durchführen
Die ersten Erfolge lassen zu lange auf sich warten.	Kleine Siege im Voraus planen	Quick Wins gezielt planen; Erfolge zelebrieren und kommunizieren
Skeptiker im Unternehmen fordern eine ökonomische Rechtfertigung des Projekts.	Den Nutzen messen	Key Performance Indicators bestimmen; Alternativszenario berechnen

Quelle: Harvard Business Manager, Februar 2005

Bloß nichts verändern!

