MANDANTENBRIEF 12 / 2013

ALLE JAHRE WIEDER…

Die Zeit von Weihnachten und Neujahr stellt auch im wirtschaftlichen Umfeld ein besonderer Zeitraum dar:

Eine Entscheidungsanalyse in Matrixform hilft, systematisch alle relevanten Parameter bei diesem Prozess mit zu berücksichtigen: Die Feiertage können seitens eines Unternehmens auch dazu genutzt werden, zum Zwecke einer Rückbesinnung auf die vergangene Periode innezuhalten bzw. eine Analyse des wirtschaftlichen Handels in der **Vergangenheit** durchzuführen: Warum und in welchen Bereichen war das Unternehmen besonders erfolgreich, was war weniger erfolgreich, welche Ziele sind erreicht worden, welche nicht und warum? Dieses „Durchatmen“ dient dazu, sich selbst Rechenschaft über das vergangene Geschäftsjahr zu legen, ehrlich mit sich selbst zu sein und sich zu fragen, wo man tatsächlich erfolgreich war.

Rein zahlenmäßig werden diese Aktivitäten in der Bilanz reflektiert, die die **Gegenwart** abbildet. Im wahrsten Sinne des Wortes wird „Bilanz gezogen“, der (Miß-) Erfolg zahlenmäßig festgelegt und schonungslos dargestellt. Entschuldigungen gelten nicht mehr. Der Mehrjahresvergleich von Bilanzen ist hier ein probates Mittel, um vorhandene Tendenzen aufzuspüren.

Darauf aufbauend kümmert sich der Kaufmann um die **Zukunft**, in dem er sich mit der Strategie, der Taktik und operativen Maßnahmen beschäftigt, die in die Jahres- und Mehrjahresplanung münden. Hierbei wird der Manager mit der Schwierigkeit konfrontiert, daß die Halbwertszeit von jeglichen geplanten Aktivitäten immer kürzer wird, sich schnell (immer schneller) neue Konstellationen ergeben, welche die gerade erstellte Planung „über den Haufen werfen“. Aber ohne eine Strategie geht es nicht – der Kurs sollte klar definiert werden, sei es die internationale Expansion, eine angestrebte Umsatzsteigerung oder der Fokus auf Profitabilität.

Die zweite Achse der Entscheidungsmatrix sollte sich mit den folgenden Zielbereichen beschäftigen: Der Kunde, der **Zielmarkt** sollte eindeutig im Vordergrund stehen: Welches sind die Märkte, die „beackert“ wurden, sind, werden. Wie verändert sich der Markt, welche neuen Gelegenheiten tun sich auf? Wie will der Kunde zukünftig bedient werden, was macht der Wettbewerb?

Das nächste Feld ist das der **Geschäftsführung** – dies verbunden mit Antworten auf Fragen: Wie ist die optimale Organisation, wo ergeben sich Kosteneinsparungspotentiale, wo muss weiter investiert werden? Sind die angebotenen Dienstleistungen, die Produkte zeitgemäß, weisen sie ein Verbesserungspotential auf? Sind die benutzen Distributionskanäle noch ausreichend und passend oder müssen neue Vertriebswege entwickelt bzw. genutzt werden? Ist die Kommunikation (unternehmensintern und -extern) zeit- und zielgemäß, was kann ich, was muss ich hier besser machen?

Der dritte Bereich sind die **Mitarbeiter** – die relevanten Fragen sind beispielsweise: Wie kann ich die Mitarbeiter stärker einbinden, welche Mitarbeiter fördern, muss das Arbeitsumfeld verändert werden, passen die existierenden Prozesse oder müssen diese modifiziert werden? Wie sieht es mit den Gehältern aus (mit dem Entgelt der Mitarbeiter)? Wie kann ich interessante Mitarbeiter attrahieren?

* * *

Auf jede dieser Fragen muss eine intelligente, zielführende Antwort gefunden werden, wodurch letztlich das Unternehmen weiter nach vorne gebracht wird. Eine solche Übung setzt Ruhe und Konzentration voraus – genau der richtige Zeitraum um Weihnachten und Neujahr herum, um sich strukturiert über das Unternehmen Gedanken zu machen.

* * *

Die Consultants der TMC – Gruppe stehen Ihnen bei diesem Prozess als Sparrings – und Gesprächspartner jederzeit gerne zur Verfügung. In diesem Sinne: Frohe Feiertage!

Ihre
TMC
TRUST MANAGEMENT CONSULTANTS Gruppe