MANDANTENBRIEF 10 / 2012

„Das Rezessionsgespenst“

Schlägt man die Wirtschaftszeitungen und –magazine auf, liest man die „Augurengesänge“ der Journalisten, die eine Rezession in Deutschland herbeischreiben. Natürlich – „only bad news is good news“, aber man muß aufpassen, daß nicht aufgrund der „self-fulfilling prophecy“ das eigene Unternehmen in einen solchen Strudel gerät. Was kann man also tun?

- *Personalwesen*

Hier gilt es, mit solchen Mitarbeitern (auf allen Ebenen und in allen Funktionen) zu arbeiten, die hoch-motiviert und engagiert sind. Den Managern müssen ambitionierte (aber erreichbare) Ziele gestellt werden, regelmäßig Abweichungsanalysen erstellt und korrigierende Maßnahmen vorgeschlagen und durchgeführt werden. Ein „laissez-faire“ – selbst in guten Zeiten – kann sich ein Unternehmen heute nicht mehr leisten.

- *Organisation*

Ein Unternehmen muß gerade in profitablen Zeiten dafür sorgen, daß sich kein „Fett“ ansetzt. Das Unternehmen muß „lean“ sein, klare Verantwortungsgebiete definiert werden und es muß darauf geachtet werden, daß die übertragene Verantwortung seitens der Manager auch angenommen wird. Mit Disziplin und Konsequenz ist darauf zu achten, daß das Entschuldigungspotential der Mitarbeiter minimiert wird

- *Strategische Ziele*

Deutschland ist und bleibt wirtschaftlich gesehen ein Exportland. Hier empfiehlt sich eine Drei-Teilung der Märkte:

- den deutschen Markt sollte man versuchen, innovativ mit neuen Produkten bzw. fortschrittlichen Dienstleistungen zu betreuen
- der europäische Markt muß mit etablierten, gestandenen Produkten und Dienstleistungen versorgt und so als „erweiterter Binnenmarkt“ betrachtet werden
- der außereuropäische Markt sollte mit soliden und standardisierten Produkten bzw. Dienstleistungen erobert bzw. gepflegt werden

- *Unternehmenskultur*

Lag ehemals das Heil in einer immer größer werdenden Komplexität, liegt in Zukunft der Schwerpunkt bei Prozessen, Produkten und Zusatz-Dienstleistungen, wobei hier auf Einfachheit getreu dem Motto: „Simplicity is Power“ geachtet werden sollte. Das fängt bei einer einfachen Kommunikationsstruktur an (nicht jeder muß ins „cc“ gesetzt werden) und hört beim Verbot von „over-engineering“ auf. Darüber hinaus ist die Geschwindigkeit das Zauberwort von heute und morgen – je schneller ein Unternehmen sich auf allen Märkten bewegt, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit des Markterfolges…

* * *

Wer es sich leisten kann, sollte antizyklisch arbeiten: So hat KÜHNE + NAGEL noch vor der konjunkturellen Abwärtsbewegung in 2009 den Mut gehabt, 200 neue, zusätzliche Verkaufsmanager weltweit einzustellen. Dies mit der Konsequenz, daß die Unternehmensgruppe mit hohen Wachstumsraten in 2010 hat glänzen können.

Wir haben zwar nicht den „Cristal Ball“, aber obige Hinweise dürften helfen, daß ein Unternehmen nicht in den Rezessionsstrudel gerät.

Ihre
TMC
TRUST MANAGEMENT CONSULTANTS