

Der Unternehmer

WERTE – POTENZIALE – UMSETZUNG – ERFOLG

Inhalt

PERSONALPOLITIK

Professionelle Personalpolitik
zahlt sich aus

PROJEKTWETTBEWERB

Fit for Future
ANMELDUNG

AUFTRÄGSKLÄRUNG

Aufträge klären – aber wie?

FÜHRUNGSQUALITÄT

Managen von Veränderungen

Erfolgreich verkaufen ...

Wie war das
Jahresendgeschäft?

KUNDENGEWINNUNG

Neue Kunden gewinnen –
Mit System

EINKAUF

Einkauf in Baden-Württemberg
oder China?

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Ohne Moos nix los!

IMPRESSUM

KENNZIFFERN

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

Die Auftragsbücher sind wieder voll, das Geschäft „brummt“, manche Unternehmen haben eine so große Nachfrage, dass sie ihren Kunden Produktmengen zuteilen müssen. Für Unternehmer also genau der richtige Zeitpunkt, um darüber nachzudenken, wie sie fit werden für die nächsten Jahre, sodass sie dem Abschwung im Konjunkturzyklus locker entgegen sehen können.

Eine Möglichkeit fit für die Zukunft zu werden, besteht darin, die immer wieder vorhandenen Potenziale im eigenen Unternehmen zu erschließen. Dazu bieten Ihnen der **LVI** und der **BDU** in Baden-Württemberg einen Projektwettbewerb **Fit for Future** an. Es geht um Projekte zur innerbetrieblichen organisatorischen Verbesserungen. Am 25. Januar um 15:00 Uhr ist die Auftaktveranstaltung im Hause des LVI in Ostfildern. Melden Sie sich an und nehmen Sie teil. Näheres gibt es auch im untenstehenden Beitrag.

Im Übrigen bin ich der Meinung, dass Sie uns sagen sollten, wo sie der Schuh drückt. Diesmal gibt es außerdem das Projekt **Fit for Future**, um eventuell drückende Schuhe loszuwerden.

➔ **Kontakt**



Dr. Dieter Coy



Personalpolitik

Professionelle Personalpolitik zahlt sich aus

■ Eine strukturierte und planmäßige Personalauswahl und -entwicklung sorgt für direkt messbaren wirtschaftlichen Mehrwert. So lautet das Ergebnis einer Langzeitbeobachtung durch den Personalexperten Prof. Dr. Karl Westhoff von der TU Dresden.

Wirtschaftliche
Indikatoren

Die wirtschaftlichen Indikatoren im untersuchten Beispiel einer sächsischen Papierfabrik sind eindeutig. Neben einem geringeren Gesamtaufwand an Personalkosten, führte eine konzeptionell fundierte und strukturierte Personalauswahl auch zu deutlich höheren Produktivitätswerten.

Nachholbedarf

Qualifizierte Personalberatungen arbeiten schon seit Jahrzehnten erfolgreich auf der Basis wissenschaftlicher Methoden. In der deutschen Wirtschaft gibt es allerdings Nachholbedarf.

Kosten
1,8 faches
Jahresgehalt

Die Autoren warnen vor nachlässiger Personalauswahl. Was nicht jedem bekannt ist, aber die Realität aufgrund langjähriger Untersuchungen profilierter Personal-Lehrstühle bedeutet: Jede Fehleinstellung und Kündigung von Mitarbeitern innerhalb der Probezeit kostet im Endeffekt 1,8 Jahresgehälter. Diese „Kosten und Nerven“ könne man sich ersparen, wenn man bei der Personalauswahl das richtige Fundament lege.



Die kostenlose Vollversion direkt bei den Autoren,
➔ **Johannes Schlichter und Dr. Torsten Linde**,
SCHLICHTER + PARTNER GmbH Personal-
Managementberatung BDU, bestellen.
➔ **mehr Informationen zum Autor**
Johannes Schlichter.

oder über Kennziffer 1

Inhalt

PERSONALPOLITIK

Professionelle Personalpolitik zahlt sich aus

PROJEKTWETTBEWERB

Fit for Future
ANMELDUNG

AUFTRÄGSKLÄRUNG

Aufträge klären – aber wie?

FÜHRUNGSQUALITÄT

Managen von Veränderungen

Erfolgreich verkaufen ...

Wie war das
Jahresendgeschäft?

KUNDENGEWINNUNG

Neue Kunden gewinnen –
Mit System

EINKAUF

Einkauf in Baden-Württemberg
oder China?

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Ohne Moos nix los!

IMPRESSUM

KENNZIFFERN

Projektwettbewerb

Fit for Future

**Verborgene Schätze heben im Rahmen eines
Projektwettbewerbes**

■ Es ist immer wieder überraschend, was bei genauem Hinsehen an Potenzialen in der Organisation von Unternehmen verborgen ist. Man findet diese Potenziale sowohl bei den großen Themen wie CRM als auch den kleinen wie KVP. Entscheidend ist die Konsequenz und Beharrlichkeit bei der Suche, Identifikation und Lösung. Dies aufzuzeigen ist Sinn der **Fit for Future** - Initiative regionaler Beratungsunternehmen in Baden-Württemberg im BDU gemeinsam mit dem LVI - Landesverband der Industrie.

Fit for Future ist ein Projektwettbewerb in Verbindung mit Seminarveranstaltungen und einer Projektbegleitung durch die beteiligten Berater. Dauer ca. 6 Monate.

Jedes Unternehmen in Baden-Württemberg kann an **Fit for Future** teilnehmen, ein Thema und ein internes Projektteam benennen. Jedes teilnehmende Unternehmen profitiert zunächst von seinen Projektergebnissen und hat am Ende die Chance, als Sieger auf dem Podium zu stehen.

Publizistisch begleitet wird der Projektwettbewerb u.a. vom Baden-Württemberg Magazin. Wir werden außerdem regelmäßig im Unternehmenbrief darüber berichten.



Die kostenlose Vollversion direkt beim Autor,
→ **Jochen Müller**, MSE GmbH, bestellen.
→ **mehr Informationen zum Autor.**

oder über Kennziffer 2

In jedem Unternehmen schlummern Potenziale, die zu heben die Wettbewerbsfähigkeit fördert.

Projekte sind ein probates Mittel dafür. Um trotz Tagesgeschäft mit Konsequenz dranzubleiben, wird gemeinsam mit dem LVI ein überbetrieblicher Projektwettbewerb initiiert.

Die Auftaktveranstaltung findet am 25.01.2007 beim LVI statt.

Jedes Unternehmen in Baden-Württemberg kann teilnehmen.

Anmeldung

Das Projekt „FIT FOR FUTURE“ interessiert uns.

Ich/Wir komme/n gerne zur Vorstellung des Projektes am Freitag den 25. Januar 2007 um 15:00 – 18:00 Uhr.

Firma

Ansprechpartner

Adresse

Telefon, Telefax, eMail

Datum, Unterschrift

Bitte senden Sie Ihre Anmeldung an folgende Adresse:

LVI Landesverband der Baden-Württembergischen Industrie e.V.
Gerhard Koch Straße 2-4
73760 Ostfildern

Telefon: 0711/32 73 25-0
Telefax: 0711/32 73 25 69
Internet: www.lvi.de
eMail: info@lvi.de

Inhalt

PERSONALPOLITIK

Professionelle Personalpolitik
zahlt sich aus

PROJEKTWETTBEWERB

Fit for Future
ANMELDUNG

AUFTRÄGSKLÄRUNG

Aufträge klären – aber wie?

FÜHRUNGSQUALITÄT

Managen von Veränderungen

Erfolgreich verkaufen ...

Wie war das
Jahresendgeschäft?

KUNDENGEWINNUNG

Neue Kunden gewinnen –
Mit System

EINKAUF

Einkauf in Baden-Württemberg
oder China?

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Ohne Moos nix los!

IMPRESSUM

KENNZIFFERN

Auftragsklärung

Aufträge klären – aber wie?

Eine praktische Checkliste

■ Die Fragen zur Auftragsklärung werden im Verlauf eines Projektes von unterschiedlichen Personen zunehmend detaillierter beantwortet. Alle Auftraggeber beantworten diese Frage am detailliertesten spätestens dann, wenn sie das Ergebnis Ihres Auftrages in den Händen halten oder damit arbeiten sollen.

■ Unangenehm wird es und kostenträchtig, wenn sich dann herausstellt, dass das Ziel des Auftrages nicht oder nicht vollständig erreicht ist. Im Projektgeschäft sind daher alle Beteiligten bemüht, die Ziele des Auftrages möglichst früh vollständig zu klären, ehe der ganze „Apparat“ angeworfen wird, um den Auftrag auszuführen. Ziele, also Ergebnisse in der Zukunft, präzise zu beschreiben, fallen den meisten Menschen aber außerordentlich schwer. Meistens wird der Auftraggeber das Thema grob umreißen und dann ein Unternehmen und/oder eine Person suchen, die die Detaillierung und Ausführung übernimmt.

■ Damit ergibt sich für den Auftragnehmer und/oder Projektleiter nun die Aufgabe, den Willen des Auftraggebers im Rahmen der Detaillierung möglichst präzise zu klären. Dabei können Checklisten helfen.



Die kostenlose Vollversion direkt beim Autor,
→ **Dr. Dieter Coy**, Gesellschaft für Innovation
und Beratung bR, bestellen.
→ **mehr Informationen zum Autor.**

oder über Kennziffer 3

*Auftragsklärung oder:
Sage mir, wie dein
Projekt beginnt und ich
sage dir, wie es endet.*

*Ziele am Anfang klären,
nicht am Ende eines
Projektes.*

*Nicht alle Fehler selbst
machen, daher
Checklisten
nutzen.*

Führungsqualität

Managen von Veränderungen

Alltag, aber schwierig und ungeliebt

■ Unternehmensinternes Führungskräfte-Seminar in einer Umbruch- und Veränderungssituation des Unternehmens: Die Teilnehmer sollen ihre wesentlichen Führungsverantwortungsbereiche und die entsprechenden Aufgaben dazu benennen und deren Erfüllung bewerten. Das vielleicht nicht ganz überraschende Ergebnis: Der Verantwortungsbereich <Veränderungen bewirken> kommt in der Bewertung mit Abstand am schlechtesten weg. Er wurde als Verantwortungsbereich entweder gar nicht gesehen oder ignoriert. – mit übrigens deutlich negativen Konsequenzen.

Der übergeordnete Auftrag der Unternehmensleitung, in dessen Rahmen dieses Führungskräfte-seminar durchgeführt wurde, lautet „**die Führungsqualität erhöhen**“.

Die Fragen stellen sich daher:

- Was ist eine hohe Führungsqualität?
- Was wird damit bewirkt?
- Woran kann man sie bewerten oder messen?
- Welches sind die Einflussfaktoren, an denen man gezielt verbessern kann und wie lassen sie sich beeinflussen?

In dem ausführlichen Artikel wird auf diese und ähnliche Fragen praxisorientiert eingegangen.



Die kostenlose Vollversion direkt beim Autor,
→ **Jochen Müller**, MSE GmbH, bestellen.
→ **mehr Informationen zum Autor.**

oder über Kennziffer 4

*Die Führungsaufgabe
„Veränderungen
bewirken“ wird von
vielen Führungskräften
entweder zu wenig
gesehen oder ignoriert.*

*Eine hohe
Führungsqualität ist ein
Produktivitätsfaktor
ersten Ranges – und
dazu gehört auch die
Aufgabe
„Veränderungen
bewirken“.*

*Was aber ist eine hohe
Führungsqualität und
wie kann sie entwickelt
werden?*

*In dem ausführlichen
Artikel werden Ansätze
aufgezeigt.*

Inhalt

PERSONALPOLITIK

Professionelle Personalpolitik zahlt sich aus

PROJEKTWETTBEWERB

Fit for Future

ANMELDUNG

AUFTRÄGSKLÄRUNG

Aufträge klären – aber wie?

FÜHRUNGSQUALITÄT

Managen von Veränderungen

Erfolgreich verkaufen ...

Wie war das Jahresendgeschäft?

KUNDENGEWINNUNG

Neue Kunden gewinnen – Mit System

EINKAUF

Einkauf in Baden-Württemberg oder China?

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Ohne Moos nix los!

IMPRESSUM

KENNZIFFERN

Erfolgreich verkaufen...

Wie war das Jahresendgeschäft?

■ Der Jahreswechsel liegt noch nicht lange zurück. Sicherlich ist es Ihnen noch in guter Erinnerung, ob es Ihnen gelungen ist, zum Jahresende die letzten Unterschriften unter noch offene Angebote einzuholen. Ein erfolgreicher Verkauf ist das logische Resultat eines gut durchgeführten Prozesses. Der Schlüssel dazu sind folgende Komponenten:

- Abgleich der Käufer- und Verkäufervision
- Nutzen
- Zugang zum Entscheider
- Plan

Helfen Sie Ihrem Kunden die notwendigen Schritte zu gehen und die dazugehörigen Fragen zu beantworten. Die Antworten sind die Voraussetzung für einen Kaufabschluss.

Wenn Sie das Gefühl haben, dass Sie nicht alle Angebote abschließen, gehen Sie einen Schritt zurück und durchschreiten Sie noch einmal die einzelnen, schon abgehakten Prozessschritte. Das versetzt Sie in die Lage zu erkennen, was sich im Projekt zwischenzeitlich geändert hat beziehungsweise was Sie vielleicht übersehen haben, damit das Jahr 2007 ein (noch) erfolgreicherer Jahr wird....

Sie wünschen sich mehr Information zu den Bausteinen eines schlüssigen und erfolgreichen Verkaufsprozesses?



Die kostenlose Vollversion direkt bei den Autoren,
→ **Stephan Teuber** und **Hans-Gerd Dobben**
Loquenz Unternehmensberatung GmbH, bestellen.
→ **mehr Informationen zum Autor Stephan Teuber.**

oder über Kennziffer 5

Sind die offenen Angebote unterschrieben?

Komponenten des erfolgreichen Verkaufsprozesses

Step by Step die richtigen Fragen beantworten!

Prozessschritte geben immer wieder Orientierung

Kundengewinnung

Neue Kunden gewinnen - mit System

■ Die meisten Unternehmer und Selbstständigen suchen ihre Chancen, neue Kunden und Aufträge zu gewinnen, in aggressivem Marketing. So werden einkommensstarke Privathaushalte und umsatzstarke Unternehmen wöchentlich mit einer Flut von Mailings, Newslettern und Top-Angeboten überschwemmt. Zu allem Überfluss klingelt x-mal das Telefon, und eine säuselnde Stimme versucht, an unser Bestes heran zu kommen: unser Geld!

■ Tatsächlich erreichen diese Maßnahmen aber oft nicht das, wozu sie gedacht sind. Mails und Newsletter werden von Spam-Filtern oder Sekretärinnen aussortiert und ungelesen vernichtet. Anrufe erreichen nicht, wen sie erreichen sollen, oder -schlimmer noch- erzeugen Verärgerung statt Interesse.

■ Warum aber sollte ein Kunde positiv an und über uns denken, wenn wir den Weg zu ihm wählen, der ihn am meisten ärgert? Wie schaffen wir es, seine Aufmerksamkeit zu gewinnen und positive Assoziation zu erzeugen? Indem wir uns für ihn interessieren, seine Situation kennen, seine Probleme zu lösen versuchen, die ihn interessierenden Themen ansprechen.

■ Wie finden wir sein „brennendstes Problem“, wie können wir seine IST-Situation analysieren, ohne schon mit ihm gesprochen zu haben? Die Methode heißt „Zielgruppen-MorphoLogik“, ist einfach zu erlernen und braucht nicht viel Aufwand. Grundvoraussetzung ist wirkliches Interesse am Kunden und seinen Problemen /Themen. Die Systematik wird in der Langfassung konkret beschrieben.



Die kostenlose Vollversion direkt beim Autor,
→ **Gunter Steidinger**, Dipl.-Wirtschaftsing. (FH)
UB in Zentraleuropa BDU, bestellen.
→ **mehr Informationen zum Autor.**

oder über Kennziffer 6

Inhalt

PERSONALPOLITIK

Professionelle Personalpolitik zahlt sich aus

PROJEKTWETTBEWERB

Fit for Future
ANMELDUNG

AUFTRÄGSKLÄRUNG

Aufträge klären – aber wie?

FÜHRUNGSQUALITÄT

Managen von Veränderungen

Erfolgreich verkaufen ...

Wie war das
Jahresendgeschäft?

KUNDENGEWINNUNG

Neue Kunden gewinnen –
Mit System

EINKAUF

Einkauf in Baden-Württemberg
oder China?

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Ohne Moos nix los!

IMPRESSUM

KENNZIFFERN

Einkauf

Einkauf in Baden-Württemberg oder China? – Vorsicht, Dynamit in der Lieferkette

■ Überlassen Sie das Einkaufen nicht alleine dem Einkauf! Niedrige Einstandskosten gibt es nicht umsonst. Neue Risiken, komplexere Lieferketten und vor allem der Faktor Zeit müssen beherrscht werden. Diese Dynamik wird meist unterschätzt.

- Lange „Reaktionszeiten“ erfordern hohe Bestände in der Lieferkette,
- Bedarfsschwankungen und Informationsdefizite müssen durch Sicherheitsbestände gepuffert werden, und
- Der Betrieb einer komplexen, bestandsreichen Lieferkette kostet (viel) Geld.

Dieser Beitrag zeigt mit einer Modellrechnung, dass mancher Einkaufsvorteil leicht durch versteckte Kosten wieder aufgeessen werden kann.

Fazit: Nehmen Sie bei langen Lieferketten den Einkauf an die kurze Leine!



Die kostenlose Vollversion direkt bei den Autoren,
→ **Reinald Wolff** und **Heinz Schmid**,
Schmid & Wolff Management Consultants, bestellen.
→ **mehr Informationen zum Autor.**

oder über Kennziffer 7

Günstig einkaufen gibt es nicht umsonst!

Faktor „Zeit“

Lange Lieferketten – hohe Dynamik

Hohe Dynamik – hohe Kosten

*Fazit:
Lange Reaktionszeiten – kurze Leine für den Einkauf!*

Unternehmensführung

Ohne ‚Moos‘ nix los!

Leitfaden für das erfolgreiche Bankgespräch!

- Unabhängig davon, ob es um die Sicherung einer bestehenden Finanzierung, die Umfinanzierung oder die Neufinanzierung geht: neben der Kreditwürdigkeitsprüfung bzw. dem Ratingergebnis ist ein gut vorbereitetes und richtig geführtes Bankgespräch der Schlüssel für eine erfolgreiche Kreditverhandlung.
- Sauber dokumentiertes Zahlenmaterial ist mittlerweile eine Grundvoraussetzung.
- Hinzukommen muss der Faktor Unternehmerpersönlichkeit, was Auftreten, Ausstrahlung und Überzeugungskraft betrifft. Besonders in kritischen Fällen gibt der Eindruck von der Unternehmerpersönlichkeit, deren Visionen und deren Darstellung der Zukunftsfähigkeit, den Ausschlag für die Entscheidung der Bank.
- Welche Punkte sind besonders zu beachten?
- Ziel dieses Beitrags ist, Sie als mittelständischer Unternehmer sicherer zu machen für Ihre Bankgespräche und Kreditverhandlungen.



Die kostenlose Vollversion direkt beim Autor,
→ **Heinz-Peter Lakner**, Lakner Unternehmens-
beratungs AG, bestellen.
→ **mehr Informationen zum Autor.**

oder über Kennziffer 8

Welche Bank?

Terminvereinbarung?

Mit wem verhandeln?

Welche Unterlagen?

*Unternehmer-
persönlichkeit und
Managementfähigkeit?*

*Wie Vertrauen
schaffen?*

*Auftritt und
Rollenverteilung?*

Welche Sicherheiten?

*Hinweise – Tipps –
Vorschläge*

Inhalt

PERSONALPOLITIK

Professionelle Personalpolitik
zahlt sich aus

PROJEKTWETTBEWERB

Fit for Future
ANMELDUNG

AUFTRÄGSKLÄRUNG

Aufträge klären – aber wie?

FÜHRUNGSQUALITÄT

Managen von Veränderungen

Erfolgreich verkaufen ...

Wie war das
Jahresendgeschäft?

KUNDENGEWINNUNG

Neue Kunden gewinnen –
Mit System

EINKAUF

Einkauf in Baden-Württemberg
oder China?

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Ohne Moos nix los!

IMPRESSUM

KENNZIFFERN

Impressum

Der Unternehmer erscheint mit sechs Ausgaben pro Jahr.

Herausgeber: Regionalarbeitskreis Baden-Württemberg (RAK-BW)
im Bundesverband Deutscher Unternehmensberater BDU e.V.

Vorstand: Dr. Eckhard Brinks, Dr. Dieter Coy, Roland Fausel,
Günter Monjau, Jochen Müller, Dr. Thomas Thiel

Zitelmannstr. 22, 53113 Bonn, Tel.:02 28/91 61-0, Fax: 02 28/91 61-26
info@bdu.de, www.bdu.de

Redaktion: Dr. Dieter Coy, Stephan Teuber

Wenn Sie den Informationsdienst nicht mehr erhalten möchten, schicken Sie
bitte eine eMail an ha@bdu.de.

Alle in **Der Unternehmer** und auf www.bdu.de erschienenen Beiträge sind
urheberrechtlich geschützt.

Wir haben weder Einfluss auf die Gestaltung noch auf die Inhalte von
Internetseiten, auf die wir von diesem Informationsdienst oder von den BDU-
Internet-Seiten durch Links verweisen.

Deshalb distanzieren wir uns hiermit ausdrücklich von allen Inhalten verlinkter
Seiten und machen uns ihre Inhalte nicht zu eigen.

Erscheinungsweise

Herausgeber

Bestellung/
Abbestellung

Copyright

Erklärung

Kennziffern

Der kurze Weg zu mehr Informationen

Zu jedem Artikel der Unternehmensberater können Sie weitergehende
Informationen erhalten. Das Kennziffern-Verfahren soll Ihnen die
Kontaktaufnahme zu den Mitgliedern erleichtern.

Bitte kreuzen Sie mit den Kennziffern die Themengebiete an, zu denen Sie
gerne mehr erfahren würden. Faxen Sie uns das Blatt zurück, wir geben es
dann den entsprechenden Mitgliedern weiter.

per Fax: 0228/91 61-26

**BDU e.V.,
Regionalarbeitskreis Baden-Württemberg, Zitelmannstr. 22,
53113 Bonn**

Bitte senden Sie mir die ausführliche Fassung der angekreuzten Fachartikel
von:

- Kennziffer 1 **Johannes Schlichter und Dr. Torsten Linde,**
SCHLICHTER + PARTNER GmbH
Personal-Managementberatung BDU
- Kennziffer 2 **Jochen Müller,**
MSE GmbH
- Kennziffer 3 **Dr. Dieter Coy,**
Gesellschaft für Innovation und Beratung bR
- Kennziffer 4 **Jochen Müller, MSE GmbH**
- Kennziffer 5 **Stephan Teuber und Hans-Gerd Dobben,**
Loquenz Unternehmensberatung GmbH
- Kennziffer 6 **Gunter Steidinger, Gunter Steidinger**
Dipl.-Wirtschaftsing. (FH) UB in Zentraleuropa BDU
- Kennziffer 7 **Reinald Wolff und Heinz Schmid,**
Schmid & Wolff Management Consultants
- Kennziffer 8 **Heinz-Peter Lakner,**
Lakner Unternehmensberatungs AG

Firma

Ansprechpartner

Adresse

Telefon, Telefax, eMail