

Der Unternehmer

WERTE – POTENZIALE – UMSETZUNG – ERFOLG

Inhalt

Betriebliches Gesundheitsmanagement

Die Loquenz-Analysetools im Überblick für den Überblick

Strategie

Für Strategie haben wir jetzt keine Zeit!

Produktdesign

Produktdesign (Teil I)
Die Suche nach der Lücke im Markt

Kienbaum-Studie

Südwestdeutschland stellt ein - Unternehmen trotz Krise

Impressum

Kennziffern

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

ein gutes Neues Jahr wünscht Ihnen die Redaktion des Unternehmers, Krise hin oder her.

Unternehmen sind eigentlich immer in der Krise, mal ist die Lieferfähigkeit kritisch, mal die Versorgung mit guten Leuten, dann sind es die vielen neuen gesetzlichen Auflagen, aktuell scheint die Versorgung mit Krediten kritisch. Es gibt immer etwas zu tun und das jeweils drängendste Problem kann nicht auf die lange Bank geschoben werden.

Mit einem gesunden Pragmatismus können wir feststellen, dass die Probleme, die in der Krise hochkommen, nichts anderes sind als die Aufforderung sich zu ändern: sich an neue Gegebenheiten anzupassen oder neue Chancen zu ergreifen. Insofern können Probleme als „Autopilot“ zur Lösung dienen.

In diesem Sinne lassen Sie uns also alle mit neuen Hoffnungen und Tatendrang das Jahr 2010 beginnen.

Im übrigen bin ich der Meinung, dass Sie uns schreiben sollten, wo sie der Schuh drückt.

→ Kontakt



Dr. Dieter Coy



Betriebliches Gesundheitsmanagement

Die Loquenz-Analysetools im Überblick für den Überblick Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) auf solider Basis

■ Die Projektgruppe Gesundheit nimmt ihre Arbeit auf und würde – von gut gemeintem Aktionismus getrieben – gerne sofort gesundheitsförderliche Angebote anstoßen und Ergebnisse produzieren. Das Erfolgsgeheimnis einer guten BGM-Einführung liegt jedoch in der Bestandsaufnahme und dem Wissen, wo das Unternehmen in Bezug auf Mitarbeitergesundheit genau steht.

Dieser Überblick hilft in einem zweiten Schritt, die richtigen Messgrößen zu ermitteln, die im Projektverlauf den Nachweis erbringen, dass sich jeder eingesetzte BGM-Euro wirklich gelohnt hat. Hierzu haben sich folgende Analysetools bewährt: BGM-Angebotscheck, Fehlzeitenstruktur- und Motivationsanalyse und Sekundärdaten (Krankenkassendaten, Mitarbeiterbefragungen, Zufriedenheitsmessungen, wissenschaftliche Arbeiten zum Thema), die wir Ihnen an dieser Stelle gerne vorstellen.

Erfolgsgeheimnis einer guten BGM-Führung

bewährte Analysetools



Die kostenlose Vollversion direkt bei den Autoren ,
→ Stephan Teuber, Claudia Heizmann und Daniela Himmelreich Loquenz Unternehmensberatung GmbH, bestellen.

→ mehr Informationen zum Autor.

oder über Kennziffer 1

Inhalt

Betriebliches Gesundheitsmanagement

Die Loquenz-Analysetools im Überblick für den Überblick

Strategie

Für Strategie haben wir jetzt keine Zeit!

Produktdesign

Produktdesign (Teil I)
Die Suche nach der Lücke im Markt

Kienbaum-Studie

Südwestdeutschland stellt ein
- Unternehmen trotz Krise

Impressum

Kennziffern

Strategie

Für Strategie haben wir jetzt keine Zeit!

Alle Unternehmer wollen Erfolg, wir alle wollen Erfolg in Beruf und Leben.

■ Was aber ist „Erfolg“?

Viele sagen, Erfolg ist, wenn man seine Ziele erreicht!
Ziele sind etwas, was man gern hätte, aber jetzt nicht hat.

Ziele erreichen

Nicht gerade wenige, eigentlich zu viele Unternehmen und Unternehmer erreichen die Ziele nicht, die sie sich gesteckt haben. Das kann an den Zielen selbst liegen, wenn sie unrealistisch hoch waren, wenn die Latte zu hoch gelegt wurde.

Aber wann ist ein Ziel unrealistisch, wann liegt die Latte zu hoch?

Klar: Wenn die Möglichkeiten des Unternehmens oder des Unternehmers - d.h. seine Energien, Kräfte, Mittel, Ressourcen - für die gesteckten Ziele nicht ausreichen.

Strategie definieren

„Strategie“ definieren viele als „Wege und Mittel zum Ziel“. Damit bekommen Ziele etwas Eigenständiges, Erhabenes, Unantastbares, so als wären sie naturgegeben. Dabei setzen wir uns als Unternehmer unsere Ziele doch selbst!

Praktikabler und realer ist diese Definition: „Strategie ist die Art und Weise, wie jemand (ein Unternehmer, ein Unternehmen) mit seinen Energien (Kräften, Ressourcen) umgeht, d.h. wofür und wie es sie einsetzt“.

Erfolg eine Folge der Strategie

Dann ist Erfolg eine Folge der Strategie! Er-Folge.

Misserfolg auch. Das bedeutet, wer den gewünschten Erfolg nicht erreicht, seine Ziele verfehlt, muss seine Strategie ändern.



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

→ **mehr Informationen zum Autor.**

oder über Kennziffer 2

Produktdesign

Produktdesign (Teil I)

Die Suche nach der Lücke im Markt

■ Das Bild des Unternehmers ändert sich mit der wirtschaftlichen Lage. In jedem Fall ist sein unternehmerisches Handeln aber geprägt vom Produktvergleich und vom Preisvergleich.

1. Produktvergleich und Preisvergleich

■ Das Hauptziel dabei ist die Analyse und Findung des eigenen Produkts. Ausgehend von der Frage „Was fehlt dem Kunden?“ kommt es darauf an, sich von der Fülle des bereits Angebotenen nicht abschrecken zu lassen, sondern es ebenso „würdigen“ wie auch „diskriminieren“ zu können, um genau die Lücke zu entdecken, auf die das eigene Produkt hin entwickelt und positioniert werden kann.

2. Frage: Was fehlt dem Kunden?“ beantworten

■ Rezepte des Produktdesigns gibt es nicht, Aussagen zu den Dimensionen Preis, Qualität, Symbol(wert) und Kontext (wie Zeitgeist etc.) aber sehr wohl.

3. Hilfreiche Gestaltungsdimensionen



Die kostenlose Vollversion direkt beim Autor,
→ **Dieter Coy**, Gesellschaft für Innovation und
Beratung, bestellen.

→ **mehr Informationen zum Autor.**

oder über Kennziffer 3

Inhalt

Betriebliches Gesundheitsmanagement

Die Loquenz-Analysetools im Überblick für den Überblick

Strategie

Für Strategie haben wir jetzt keine Zeit!

Produktdesign

Produktdesign (Teil I)
Die Suche nach der Lücke im Markt

Kienbaum-Studie

Südwestdeutschland stellt ein - Unternehmen trotzen Krise

Impressum

Kennziffern

Kienbaum-Studie

Südwestdeutschland stellt ein - Unternehmen trotzen Krise

■ Die Mehrheit der Unternehmen in Südwestdeutschland bewertet die wirtschaftliche Lage des Standorts positiv. Auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 10 (sehr schlecht) vergeben 59 Prozent die Noten 1 bis 3. Trotz der weltweiten Krisensituation dominieren Zuversicht und Vertrauen in die Stärken der Region. 35 Prozent der Befragten planen die Einstellung neuer Mitarbeiter.

Zuversicht und Vertrauen dominieren

Auch in Krisenzeiten erkennen einige Unternehmen offenbar die Bedeutung von qualifiziertem Personal. Es sind vor allem in den Bereichen Marketing und Vertrieb sowie Einkauf und Controlling Einstellungen geplant. Dies sind Ergebnisse der Standortstudie „Wie gut ist Südwestdeutschland?“, an der sich 141 führende Unternehmen aus Südwestdeutschland beteiligt haben.

Unternehmen planen Einstellungen



Die kostenlose Vollversion direkt beim Autor,
→ **Gerhard Wiesler**, Kienbaum Executive Consultants GmbH, bestellen.

→ **mehr Informationen zum Autor.**

oder über Kennziffer 4

Impressum

Der Unternehmer erscheint mit sechs Ausgaben pro Jahr.

Erscheinungsweise

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

Herausgeber

Vorstand: Günter Monjau, Dr. Dieter Coy, Johannes Schlichter,
Zitelmannstr. 22, 53113 Bonn,
Telefon: 02 28/91 61-0,
Telefax: 02 28/91 61-26,
eMail: info@bdu.de,
Internet: 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.

*Bestellung/
Abbestellung*

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.

Copyright

Inhalt

Betriebliches Gesundheitsmanagement

Die Loquenz-Analysetools im Überblick für den Überblick

Strategie

Für Strategie haben wir jetzt keine Zeit!

Produktdesign

Produktdesign (Teil I)
Die Suche nach der Lücke im Markt

Kienbaum-Studie

Südwestdeutschland stellt ein - Unternehmen trotzen Krise

Impressum

Kennziffern

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

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

- Kennziffer 1 **Stephan Teuber, Claudia Heizmann und Daniela Himmelreich**
Loquenz Unternehmensberatung GmbH
- Kennziffer 2 **Gunter Steidinger,**
Dipl.-Wirtschaftsing. (FH) UB in Zentraleuropa BDU
- Kennziffer 3 **Dieter Coy,**
Gesellschaft für Innovation und Beratung
- Kennziffer 4 **Gerhard Wiesler,**
Kienbaum Executive Consultant GmbH

Firma

Ansprechpartner

Adresse

Telefon, Telefax, eMail