

Der Unternehmer

WERTE – POTENZIALE – UMSETZUNG – ERFOLG

Inhalt

Kostenrechnung und Kalkulation

Durch die Krise mit transparenter Kostenrechnung und Kalkulation!!

Unternehmensführung

Überleben trotz schlechtem Rating

Kundenbeziehungsmanagement (CRM)

Cross-Selling – Bedarfspotenziale für zusätzliche Produkte und Dienstleistungen erkennen. Umsatz und Ertrag steigern

Lean Production

Liquidität rauf – Kosten runter:
Mit Lean Production wetterfest aus der Krise.

Demografische Fitness

Teil 2: Gewinnen oder verlieren?
Aktives Karrieremanagement auch in Krisenzeiten

Organisationsentwicklung

Der Projektabschluss: eher lästig?

Buchbesprechung

Wolf Kempert:
Praxishandbuch für die Nachfolge im Familienunternehmen.

Impressum

Kennziffern

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

manchmal lohnt es sich in ein Lexikon (z.B. Wikipedia) zu schauen, wenn man die präzise Bedeutung eines Begriffes z.B. „Krise“ sucht. Da steht:

„Ins Deutsche wurde das Wort von der *lateinischen crisis entlehnt* und ist seit dem 16. Jahrhundert nachweisbar, erst in medizinischen Zusammenhängen v.a. fieberhafter Erkrankungen, wo es die sensibelste Krankheitsphase bezeichnete, der bei glücklichem Verlauf der Infektion (ohne Möglichkeit der *Antibiotikagabe*) eine Entfieberung innerhalb eines Tages folgte und die endgültige Krankheitsabwehr einläutete, später auch in allgemeineren Zusammenhängen“.

Der analoge Vergleich mit unserer Wirtschaftskrise hat doch einiges für sich: Das System ist krank, Antibiotika gibt es nicht, wohl aber eine Fülle turbulenter Aktionen von denen man hofft, dass sie die Selbstheilungskräfte stärken. Um aber wieder zurückzukommen auf die Wirtschaftskrise: Wir haben nun mal nur unsere globale (kranke) wirtschaftliche Organisation um die globale wirtschaftliche Organisation zum Besseren zu verändern. Dies erfordert aber doch offensichtlich andere Handlungsweisen, als die, die in die Krise geführt haben. Z.B. ist bei steigender Turbulenz nicht nur auf Beschleunigung der Aktionen zu schließen, sondern insbesondere auch auf steigenden Beobachtungsbedarf. Nur so kann erkannt werden, welche Impulse wirken, um sie zu verstärken, und welche verpuffen, um sie zu unterlassen. Tun wir das?

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

Kontakt

Dr. Dieter Coy



Kostenrechnung und Kalkulation

Durch die Krise mit transparenter Kostenrechnung und Kalkulation!!

Informationen aus Kostenrechnung und Kalkulation nutzen!

■ Gerade in kleinen und mittleren Unternehmen aller Branchen wird die Wichtigkeit der Kalkulation und Kostenrechnung für den Erfolg des Unternehmens zu wenig beachtet. Die vorherrschende Meinung ist „Der Markt macht die Preise!“

Hier wird übersehen, dass die Kalkulation und die Kostenrechnung zwei Aspekte haben: Der erste Aspekt ist die Bestimmung der eigenen Angebotspreise, die sich aufgrund der gegebenen Unternehmensstruktur und –kosten ergeben, der zweite Aspekt ist die Marktpreisvorgabe, die zu Kostenbeeinflussung und Organisationsverbesserungen im Unternehmen zwingen.

Vergleiche zwischen Marktpreis und „Unternehmenspreis“ geben klare Hinweise auf Verbesserungspotentiale im Unternehmen. Voraussetzung ist eine transparente Kostenrechnung und Kalkulation.



Die kostenlose Vollversion direkt beim Autor,
→ **Roland Fausel**, Fausel + Partner GbR, bestellen.
→ **mehr Informationen zum Autor.**

oder über Kennziffer 1

Angeblich gibt der Markt die Preise vor!

Einseitige Sicht auf die Kostenrechnung und Kalkulation

Transparenz ist wichtig für die Preisgestaltung

Inhalt

Kostenrechnung und Kalkulation

Durch die Krise mit transparenter Kostenrechnung und Kalkulation!!

Unternehmensführung

Überleben trotz schlechtem Rating

Kundenbeziehungsmanagement (CRM)

Cross-Selling – Bedarfspotenziale für zusätzliche Produkte und Dienstleistungen erkennen. Umsatz und Ertrag steigern.

Lean Production

Liquidität rauf – Kosten runter:
Mit Lean Production wetterfest aus der Krise.

Demografische Fitness

Teil 2: Gewinnen oder verlieren?
Aktives Karrieremanagement auch in Krisenzeiten

Organisationsentwicklung

Der Projektabschluss: eher lästig?

Buchbesprechung

Wolf Kempert:
Praxishandbuch für die Nachfolge im Familienunternehmen.

Impressum

Kennziffern

Unternehmensführung

Überleben trotz schlechtem Rating Wenn es um die Wurst geht!

- Im Zeichen der weltweiten Finanzkrise und deren Folgen sind die Banken noch zurückhaltender geworden bei der Vergabe von frischen Krediten oder auch der Verlängerung bestehender Engagements im Mittelstand.
- Eine schlechte Rating- oder Bonitätsbeurteilung entsteht nicht über Nacht, sondern ist die Folge einer längeren negativen Unternehmensentwicklung, oft verstärkt durch ratingschädliches Verhalten des Unternehmens.
- Schuldzuweisungen an Politik, Konjunktur, Wettbewerb und die ‚böse‘ Bank helfen nicht weiter.
- Zunächst ist die Sicherstellung der Liquidität gefragt, was durch unterschiedliche Maßnahmen geschehen kann.
- Vertrauensbildung durch offene Kommunikation mit der Bank gehört ebenfalls zwingend zum Überleben in dieser Phase.
- Nur durch Schöpfung von Liquidität ist ein Unternehmen jedoch dauerhaft nicht zu stabilisieren.
- Die strategischen Ursachen der Schieflage müssen ermittelt und von einem Leistungsverbesserungskonzept begleitet werden.



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

oder über Kennziffer 2

Was ist ratingschädliches Verhalten?

Was ist zur Liquiditätssicherung zu tun?

Wofür gibt es Pluspunkte bei der Bank?

Warum reichen Liquiditätssicherungsmaßnahmen allein nicht?

Hilft Bilanzverschönerung weiter?

Ist der Gestaltungswille des Unternehmens sichtbar?

Warum ist ein Leistungsverbesserungskonzept unabdingbar?

Hinweise – Tipps – Empfehlungen!

Kundenbeziehungsmanagement (CRM)

Cross-Selling – Bedarfspotenziale für zusätzliche Produkte und Dienstleistungen erkennen. Umsatz und Ertrag steigern.

- Umsatz und Ertrag lassen sich nicht nur durch intensivere Bedarfsausschöpfung im bestehenden Kundenkreis oder durch Neukundengewinnung steigern.

Die **Cross-Selling-Aktivitäten** eines Unternehmens zielen darauf ab, bestehende Kundenbeziehungen zu nutzen, um diesen Kunden weitere Leistungen aus dem Angebotsprogramm anzubieten und zu verkaufen.

Werden die erforderlichen Voraussetzungen für erfolgreiches Cross-Selling (**Erfolgsfaktoren**) geschaffen und die Cross-Selling-Aktivitäten systematisch umgesetzt, dann sind, neben Umsatz- und Ertragssteigerungen, auch steigende Kundenzufriedenheit und Kundenbindung, sowie sinkende Akquisitionskosten die erfreuliche Folge.

Stellen Sie Ihr bisheriges Vertriebssystem auf den Prüfstand und ermitteln die ungenutzten Potenziale.



Die kostenlose Vollversion direkt beim Autor,
→ **Karl-Heinz Schlüter**, SMC Schlüter Management Consulting, bestellen.
→ **mehr Informationen zum Autor.**

oder über Kennziffer 3

Strategische Stoßrichtungen im Vertrieb.

Zusätzliche Umsatz- und Ertragschancen nutzen.

Folge: Steigende Kundenzufriedenheit und Kundenbindung, sowie sinkende Akquisitionskosten.

Mehr Infos?

„Greifen“ Sie zu!

Inhalt

Kostenrechnung und Kalkulation

Durch die Krise mit transparenter Kostenrechnung und Kalkulation!!

Unternehmensführung

Überleben trotz schlechtem Rating

Kundenbeziehungsmanagement (CRM)

Cross-Selling – Bedarfspotenziale für zusätzliche Produkte und Dienstleistungen erkennen. Umsatz und Ertrag steigern.

Lean Production

Liquidität rauf – Kosten runter:
Mit Lean Production wetterfest aus der Krise.

Demografische Fitness

Teil 2: Gewinnen oder verlieren?
Aktives Karrieremanagement auch in Krisenzeiten

Organisationsentwicklung

Der Projektabschluss: eher lästig?

Buchbesprechung

Wolf Kempert:
Praxishandbuch für die Nachfolge im Familienunternehmen.

Impressum

Kennziffern

Lean Production

**Liquidität rauf – Kosten runter:
Mit Lean Production wetterfest aus der Krise.**

■ Auch diese Krise ist eine Chance. Noch Mitte letzten Jahres haben viele Unternehmen am Limit gearbeitet. Aber was bestimmt das Limit? Wie lässt es sich verändern? Jetzt ist die Zeit, darauf neue Antworten zu finden, um mit deutlich geringerem Umlaufvermögen und reduzierten Kosten diese Schwächephase zu bewältigen und bei steigender Nachfrage höhere Umsätze mit gleicher Kapazitätsausstattung zu realisieren. Zwei Projektbeispiele aus dem Mittelstand:

Beispiele1: Der komplexe Auftragsdurchlauf war nur schwer termingenau zu steuern. Mit neuer Systematik in der Produktionssteuerung und hoher Transparenz stimmen nun die Termine und die Kosten: Durchsatz pro Zeiteinheit plus 20%.

Beispiel 2: Bestandreduktion um 50% = mehrere Mio. €, die nicht mehr finanziert werden müssen. Ermöglicht durch die drastische Verkürzung der Fertigungsdurchlaufzeiten und sehr kurze Auftragsvorlaufzeiten.

Lean beginnt mit dem Blick aufs Ganze und zwei einfachen Grundsätzen:

- „Ohne Nachfrage keine Produktion.“
- „Keine Zeit zum Warten.“

Nur wer den Faktor Zeit beherrscht, erntet Kostenvorteile und Liquidität. Lesen Sie, wie Sie durch *Umdenken*, *Umlenken* und *Umstellen* dauerhafte Verbesserungen erreichen.



Die kostenlose Vollversion direkt beim Autor,
➔ **Reinald Wolff**, Schmid & Wolff Management Consultants, bestellen.
➔ **mehr Informationen zum Autor.**

oder über Kennziffer 4

Geht nicht, gibt's nicht!

Alte Limits in Frage stellen – neue Antworten finden!

Kostenvorteile!

Liquiditäts-Plus ohne Banken!

Wer die Zeit im Griff hat, spart Kosten und Kapital.

3 Stoßrichtungen

Demografische Fitness

**Teil 2: Gewinnen oder verlieren?
Aktives Karrieremanagement auch in Krisenzeiten**

■ In den letzten Jahrzehnten haben sich die beruflichen Laufbahnen stark verändert. Bereits im ersten Teil der Artikelserie wurde erwähnt, dass der Spruch „Einmal Daimler, immer Daimler“ längst an Bedeutung verloren hat. Ständige und schnelle Veränderungen des Arbeitsmarktes erfordern flexibles und individuelles Handeln von jedem einzelnen Arbeitnehmer und Arbeitgeber.

*Karrieremanagement
Talentmanagement.*

Talente für den Erfolg sichern und halten

Gewinnen mit Leistungsträgern

Für die Unternehmen sowie für die Mitarbeiter ist der Wettbewerb mit besonderen Anstrengungen verbunden: Innovationskraft und stete Optimierungsprozesse fordern Höchstleistungen von der Belegschaft. Die künftige, demographische Situation stellt für Unternehmen eine besondere Herausforderung dar. Die zentrale Frage nicht nur am Standort Deutschland lautet: Wie bleiben wir mit einer älter werdenden Belegschaft ein dynamisches, wettbewerbsfähiges Unternehmen? Ziel ist, Talente und Leistungsträger im Unternehmen zu halten und zu fördern.

*Karrieremodelle
Lebensarbeitszeitmodelle*

Systematisches und methodisches Vorgehen vermeidet Herumprobieren.



Die kostenlose Vollversion direkt bei den Autoren,
➔ **Gerhard Wiesler und Sonja Grave**, Kienbaum Executive Consultants GmbH, bestellen.
➔ **mehr Informationen zum Autor.**

oder über Kennziffer 5

Inhalt

Kostenrechnung und Kalkulation

Durch die Krise mit transparenter Kostenrechnung und Kalkulation!!

Unternehmensführung

Überleben trotz schlechtem Rating

Kundenbeziehungsmanagement (CRM)

Cross-Selling – Bedarfspotenziale für zusätzliche Produkte und Dienstleistungen erkennen. Umsatz und Ertrag steigern.

Lean Production

Liquidität rauf – Kosten runter:
Mit Lean Production wetterfest aus der Krise.

Demografische Fitness

Teil 2: Gewinnen oder verlieren?
Aktives Karrieremanagement auch in Krisenzeiten

Organisationsentwicklung

Der Projektabschluss: eher lästig?

Buchbesprechung

Wolf Kempert: Praxishandbuch für die Nachfolge im Familienunternehmen.

Impressum

Kennziffern

Organisationsentwicklung

Der Projektabschluss: eher lästig?

Regeln für einen ordentlichen Projektabschluss

■ Wenn es zum Projektende kommt, so ist häufig zu beobachten, dass das Projekt nicht richtig abgeschlossen wird. Das nächste Projekt wird begonnen, die Ressourcen abgezogen, was dazu führt, dass die Restarbeiten nur zögerlich erledigt werden und keine Folgerungen aus der Projektabwicklung gezogen werden mit der Wirkung erheblicher Folgekosten. Die beteiligten Projektmitarbeiter haben sicher etwas an Erfahrung gewonnen, das Unternehmen aber hat nichts gelernt: Es geht kein individuelles Wissen in das organisatorische Wissen des Unternehmens über.

■ Ein ordnungsgemäßes Projektmanagement muss daher fordern, dass ein Projekt am Ende zügig alle verbliebenen Arbeiten abschließt, den Produktentstehungsgang nachvollziehbar dokumentiert, das Erfahrungswissen aus diesem Projekt explizit macht und mittels „lessons learned“ trainiert.



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

oder über Kennziffer 6

Kostenträchtige Phänomene am Projektende

Aus individuellem Wissen organisatorisches Wissen des Unternehmens machen

Buchbesprechung

Wolf Kempert: Praxishandbuch für die Nachfolge im Familienunternehmen.

■ Das wievielte Buch mag wohl schon über das Thema Nachfolgeregelung geschrieben worden sein? Und jetzt nochmals 250 Seiten von Wolf Kempert? Zudem finde ich in jeder IHK-Zeitschrift Informationen und Tipps zum Thema. Und trotzdem, um es vorweg zu sagen, ich habe beim Lesen dieses umfangreichen Leitfadens aus nahezu jeder Seite meinen Nutzen gezogen. Warum?

Die vollständige Buchbesprechung direkt beim Autor



→ **Stephan Teuber**, Loquenz Unternehmensberatung GmbH, bestellen.
→ **mehr Informationen zum Autor.**

oder über Kennziffer 7



Inhalt

Kostenrechnung und Kalkulation

Durch die Krise mit transparenter Kostenrechnung und Kalkulation!!

Unternehmensführung

Überleben trotz schlechtem Rating

Kundenbeziehungsmanagement (CRM)

Cross-Selling – Bedarfspotenziale für zusätzliche Produkte und Dienstleistungen erkennen. Umsatz und Ertrag steigern.

Lean Production

Liquidität rauf – Kosten runter:
Mit Lean Production wetterfest aus der Krise.

Demografische Fitness

Teil 2: Gewinnen oder verlieren?
Aktives Karrieremanagement auch in Krisenzeiten

Organisationsentwicklung

Der Projektabschluss: eher lästig?

Buchbesprechung

Wolf Kempert:
Praxishandbuch für die Nachfolge im Familienunternehmen.

Impressum

Kennziffern

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: Dr. Eckhard Brinks, Dr. Dieter Coy, Roland Fausel, Günter Monjau, Jochen Müller, Stephan Teuber

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

Bestellung/
Abbestellung

Redaktion: Dr. Dieter Coy, Stephan Teuber

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

Copyright

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

Erklärung

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.

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.

BDU e.V., Regionalarbeitskreis Baden-Württemberg

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

per Fax:
0228/91 61-26

- Kennziffer 1 **Roland Fausel**,
Fausel + Partner GbR
- Kennziffer 2 **Heinz-Peter Lakner**,
Lakner Unternehmensberatungs AG
- Kennziffer 3 **Karl-Heinz Schlüter**,
SMC Schlüter Management Consulting
- Kennziffer 4 **Reinold Wolff**,
Schmid & Wolff Management Consultants
- Kennziffer 5 **Gerhard Wiesler und Sonja Grave**,
Kienbaum Executive Consultants GmbH
- Kennziffer 6 **Dr. Dieter Coy**,
Gesellschaft für Innovation und Beratung
- Kennziffer 7 **Stephan Teuber**,
Loquenz Unternehmensberatung GmbH

Firma

Ansprechpartner

Adresse

Telefon, Telefax, eMail