



PRESSEMITTEILUNG

Selbstläufer Sicherheitstechnik? Geschäftsmodelle auf dem Prüfstand

[26.02.2014] Die Nachfrage nach Sicherheitslösungen boomt. Globale Entwicklungen sorgen in der sicherheitstechnischen Industrie für Wachstumsraten zwischen 3 und 12 Prozent jährlich. Die Sicherheitstechnik – ein Selbstläufer? Nein, denn für Unternehmen wird es zunehmend schwieriger sich im internationalen Wettbewerb gegenüber angestammten und neuen Playern zu behaupten. Hinzu kommt: In einem Markt, der durch äußerst heterogene Produkte und Geschäftsfelder geprägt ist, wird nicht jedes Branchensegment gleichermaßen vom Wachstum profitieren. Doch wie können sich Unternehmen im Umfeld dieser rasanten Strukturveränderungen erfolgreich positionieren? Mit dieser Frage beschäftigt sich die neue Publikation „Management von Geschäftsmodellen in der Sicherheitstechnik: Der Weg zum robusten und zukunftsfähigen Geschäftsmodell“ von Dr. Wieselhuber & Partner (W&P). Darin wird deutlich: Wandel ist notwendig – gerade und vor allem auch in der Sicherheitstechnik. Der einzige Weg: Das Geschäftsmodell muss auf den Prüfstand.

„Aktuelle Megatrends forcieren derzeit Investitionen in die Sicherheit“, weiß Dr. Peter Fey, Branchenexperte und Autor der Broschüre. Latente Terrorrisiken, zunehmende Bandenkriminalität, rasant wachsendes Migrationsaufkommen gehören genauso dazu wie Trends, die nicht unmittelbar mit Sicherheitstechnik in Verbindung gebracht werden: So stellt die Urbanisierung völlig neue Ansprüche an Steuerungs- und Informationssysteme komplexer Infrastrukturen, für die unter anderem Produkte der Sicherheitstechnik zum Einsatz kommen. Und auch das wachsende Verkehrs- und Transportaufkommen sowie die zunehmende Vernetzung von Smart Building und Smart Security treiben das Marktwachstum voran und fordern integrierte und ganzheitliche Lösungsangebote.



„Die Konfiguration des Geschäftsmodells auf Basis der richtungsweisenden Megatrends ist für Unternehmen dieser äußerst heterogenen Geschäftssegmente durchaus ein unternehmerischer Kraftakt“, so Fey, denn: „Bei der erfolgreichen Positionierung innerhalb der enormen Spannbreite sicherheitstechnischer Bedürfnisse sollten alle Player ein Credo haben: Die Profitabilität des Unternehmens muss stets im oder über dem Branchendurchschnitt liegen – nur so können sie im Markt bestehen“.

In einem ersten Schritt müssten „front end“, also das richtige „Spielfeld“ auf Basis eines durchdachten Leistungsangebots (Produkte/Serviceleistungen, Markt-/Wettbewerbsstrategien) und „back end“ (Wertschöpfung, operative Prozesse, Finanzierung) des Geschäftsmodells genau untersucht, synchron ausgestaltet und optimal aufeinander abgestimmt werden. Greifen diese Ebenen des Geschäftsmodells reibungslos ineinander, wird es sehr widerstandsfähig gegen externe Einflüsse.

Gerade in einer Branche, in der Innovationen zur aktiven Gestaltung des Geschäfts so wichtig sind, Unternehmen aber häufig am eigenen Anspruch an ihre Innovationsfähigkeit scheitern, müssen im Laufe dieses Prozesses auch unbequeme Fragen beantwortet werden: Welche Produkte/Dienstleistungen bringen dem Kunden tatsächlich Mehrwert? Identifizieren Marketing und Vertrieb Marktchancen treffsicher, bevor diese offensichtlich werden – oder werden sie vielmehr von einer „Copycat Mentality“ geleitet? Welche Effekte ergeben sich aus der zunehmenden Digitalisierung für das Geschäftsmodell? Wo liegen Stärken und Schwächen der Wertschöpfungsarchitektur, wie steht es um deren Effizienz? Werden Ressourcen „intelligenter“ eingesetzt als beim Wettbewerb? Ein kritischer Blick auf das Geschäftsmodell hinsichtlich der Finanzierung darf bei alledem nicht fehlen. Klar ist: Unstrukturierte Finanzierungskonzepte gefährden die Stabilität und reduzieren unternehmerische Freiheitsgrade.



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

Am Ende aber kommt es für Fey vor allem auf den Menschen an der Spitze an: *„Für eine kreative und mutige Marktbearbeitung brauchen Unternehmen klare und attraktive Richtungsangaben von ‚oben‘ – zukunftsfähige Geschäftsmodell-Innovationen sind Management-Aufgabe!“*

Die aktuelle W&P Publikation ist auf Anfrage verfügbar.

Kurzporträt Dr. Wieselhuber & Partner

Dr. Wieselhuber & Partner (W&P) ist eine unabhängige, branchenübergreifende Top-Management-Beratung für Familienunternehmen sowie für Sparten und Tochtergesellschaften von Konzernen unterschiedlicher Branchen. Sie ist spezialisiert auf die unternehmerischen Gestaltungsfelder Strategie, Innovation & New Business, Führung und Organisation, Marketing und Vertrieb, Operations sowie auf die nachhaltige Beseitigung von Unternehmenskrisen durch Restrukturierung und Finanzierung. Mit Stammhaus in München bietet Dr. Wieselhuber & Partner seinen Kunden umfassendes Branchen- und Methoden-Know-how mit dem Anspruch, die Wachstums- und Wettbewerbsfähigkeit, Ertragskraft und den Unternehmenswert seiner Auftraggeber nachhaltig sowie dauerhaft zu steigern.

Pressekontakt:

Stephanie Meske
Dr. Wieselhuber & Partner
Unternehmensberatung
Nymphenburgerstraße 21
80335 München
Telefon 089 28623-139
Email meske@wieselhuber.de