

OPERATIONS



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

SELBSTVERSTÄNDNIS

Dr. **Wieselhuber & Partner** ist das erfahrene, kompetente und professionelle Beratungsunternehmen für Familienunternehmen, für Sparten und Tochtergesellschaften von Konzernen unterschiedlicher Branchen. Wir sind spezialisiert auf die unternehmerischen Gestaltungsfelder Strategie, Innovation & New Business, Führung & Organisation, Marketing & Vertrieb, Operations sowie die nachhaltige Beseitigung von Unternehmenskrisen durch Restrukturierung und Finanzierung.

UNABHÄNGIG
UNTERNEHMERISCH
STRATEGISCH
MESSBAR

Internationalität ist unser Projektalltag. Wir arbeiten weltweit. Von unseren Standorten aus waren wir in den vergangenen Jahren für unsere Kunden in mehr als 50 Ländern auf fünf Kontinenten unterwegs.

Als unabhängige Top-Management-Beratung vertreten wir einzig und allein die Interessen unserer Auftraggeber. Wir wollen nicht überreden, sondern geprägt von Branchenkenntnissen, Methoden-Know-how und langjähriger Praxiserfahrung überzeugen. Und dies jederzeit objektiv und eigenständig.

Das schafft Mehrwert an Beratungsleistung. Das setzen wir konkret durch unser unternehmerisches Denken und Handeln, unseren Blick für Detail- und Gesamtlösungen und durch unsere Verbindlichkeit in den Aussagen verantwortungsvoll um. Dr. Wieselhuber & Partner zeichnet sich als profiliertes Strategie- und Umsetzungsberater durch hohe Lösungskompetenz und Individualität in der Betreuung aus.

Unser Anspruch ist es, Wettbewerbsfähigkeit, Ertragskraft und Unternehmenswert unserer Auftraggeber nachhaltig zu steigern. Diese ausgeprägte Markt- und Gewinnorientierung zählt zu unseren Positionierungsmerkmalen.

VON DER IDEE ZUM GESCHÄFTSERFOLG

Dr. Wieselhuber & Partner betreut Unternehmen ganz unterschiedlicher Ausprägung bei verschiedenen Aufgabenstellungen und beherrscht sowohl die spezifischen Anforderungen an die Beratung von Familienunternehmen als auch von Konzernen. Zum Kundenkreis gehören namhafte, führende Familienunternehmen sowie international tätige Konzerne mit deren Sparten und Tochtergesellschaften. Dabei bearbeiten wir die Herausforderungen, vor denen unsere Kunden stehen, stets ganzheitlich aus vier übergeordneten Perspektiven.

■ **Strategische Überlegenheit:**

Eine zukunftsorientierte Ausrichtung des Unternehmens verlangt nach einer Konfiguration des Geschäftsmodells, nutzt die Führungsorganisation als Strategieverstärker und Vehikel für Veränderung, fixiert Wachstumsquellen und legt die Geschäftsfelder von morgen fest.

■ **Operative Exzellenz:**

Zielsetzung ist die nachhaltige „Entstehung von Profitabilität“ durch Optimierungsmaßnahmen zur Produktivitätssteigerung, Senkung der Kapitalbindung und Verbesserung der Leistungsfähigkeit über alle Wertschöpfungsstufen hinweg.

■ **Gestaltende Restrukturierung:**

Zur Bewältigung von Verlustsituationen und Performancedefiziten sind die Ursachen nachhaltig zu beseitigen, Wertvernichter zu eliminieren.

■ **Zukunftsmanagement:**

Die explizite Beschäftigung mit der Zukunft, insbesondere auch jenseits des bestehenden Kerngeschäftes, umfasst das klassische Innovationsmanagement, den Aufbau neuer Geschäfte sowie Lizenzmanagement und Akquisition von Venture-Kapital. Dr. Wieselhuber & Partner bietet hier große Erfahrungs- und Umsetzungsstärke für unsere Kunden.



SMARTE PRODUKTE BENÖTIGEN EINE SMARTE SUPPLY CHAIN

Die Herausforderungen an Unternehmen in den nächsten Jahren sind vielfältig. Themen wie Globalisierung, Digitalisierung und Industrie 4.0 sind in aller Munde. Nicht nur bestehende Wettbewerber und neue Marktspieler, sondern auch Lieferanten und Kunden ändern die Wertschöpfungsstufen aktiv.

Dies hat signifikante Auswirkungen auf die Supply Chain- und Produktions-Strategie. Die Anforderungen steigen:

- Zunehmend individualisierte und „smartere“ Produkte bedingen eine größere Variantenvielfalt und kleinere Losgrößen.
- Produktlebenszyklen verkürzen sich.
- Eine hohe Verfügbarkeit mit kurzen und zuverlässigen Lieferzeiten entscheidet über Marktanteile.
- Die Neudefinition der eigenen Fertigungstiefe löst gewachsene Strukturen auf. Komplexität und Intransparenz in der gesamten Supply Chain nehmen zu.
- Globale Beschaffungs-, Produktions-, Distributions- und Servicestrukturen müssen bezüglich ihrer Risiken wie Transportwege, Rohstoffe und Ausfälle gemanagt werden

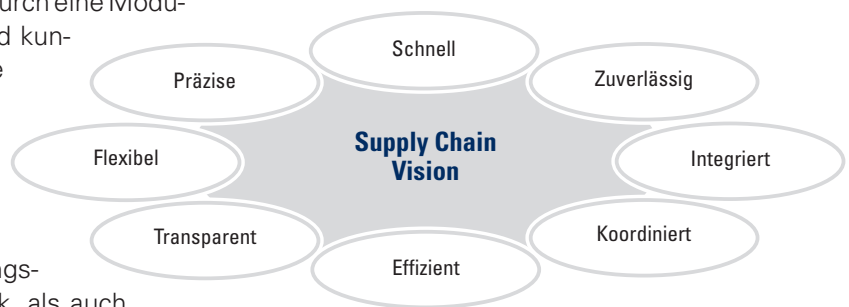
Allerdings stehen nicht nur die aktuellen Trend-Themen im Fokus! Auch die „klassischen“ Problemstellungen müssen gelöst werden:

- Keine Ausnutzung vorhandener Potenziale in Standortstrukturen und Wertschöpfungsprozessen.
- Geringe Visibilität und Steuerungsfähigkeit in der Supply Chain.
- Fehlende bzw. nicht integrierte Planung, auch über Unternehmensgrenzen hinweg.
- Gewachsene Strukturen optimieren sich selber und nicht die Gesamtunternehmung sowie fehlende Governance-Modelle verhindert den Durchgriff auf dezentrale Standorte.
- Fehlentscheidungen hinsichtlich Investitionen und Ressourcen.

DIE SUPPLY CHAIN DER ZUKUNFT – FLEXIBEL, INTEGRIERT, TRANSPARENT

Als Antwort auf die zunehmend steigenden Kundenanforderungen gilt es, eine hoch performante und effiziente Supply Chain zu entwickeln. Der Variantenvielfalt kann durch eine Modularisierung der Komponenten und kundenspezifische Ausprägung nahe am Kunden begegnet werden.

Eine zusätzliche Erhöhung der Flexibilität wird sowohl durch technologische Entwicklungen von additiven Fertigungstechnologien, wie z. B. 3D-Druck, als auch durch eine engere Vernetzung von Lieferant, Produktion und Kunden ermöglicht (z. B. Anbindung des Lieferanten im eigenen Werk).



Eine kollaborative Planung in Verbindung mit einem Supply Chain Control Tower über Unternehmensgrenzen hinweg schafft Visibilität für alle Akteure und die notwendige Transparenz, um die Reaktionsfähigkeit zu erhöhen und die eigenen Ressourcen bestmöglich einzusetzen.

„Informationen sind die Basis für richtiges Handeln“

Bereits heute sitzen Unternehmen innerhalb der Operationsbereiche auf einem riesigen Datentopf, nur fehlt es häufig an den richtigen Werkzeugen, die vorhandenen Informationen zu verwerten. Durch Analyse von Abrufverhalten, Volumina und Losgrößen kennt die Produktion den Kunden oft besser als dieser sich selbst. Dieses Wissen kann für einen konkreten Mehrwert des Kunden, aber auch zur ganzheitlichen und unternehmensübergreifenden Optimierung der Abläufe eingesetzt werden.

WAS BEDEUTET DAS KONKRET FÜR MEIN UNTERNEHMEN?

Die Liste der aktuellen Themen und Herausforderungen ist lang und man sollte sich mit ihnen auseinandersetzen. Denn erst wenn die groben Inhalte und Zusammenhänge verstanden sind, können deren Auswirkungen auf das eigene Unternehmen analysiert und die Vorteile gewinnbringend genutzt werden.

Folgende konkrete Fragestellungen sind im Operations-Umfeld zu beantworten, um ein tragfähiges, robustes und zukunftsfähiges Geschäftsmodell mit einer überdurchschnittlichen Branchenrendite zu erzielen:

- Ist mein Unternehmen „fit für die Zukunft“ und schon auf Digitalisierung und Industrie 4.0 vorbereitet?
- Welche Produkte und Leistungen sollten selbst erzeugt und welche ausgelagert werden?
- An welchen Standorten soll was in welcher Menge produziert werden? Was bedeutet das für die einzelnen Standorte?
- Welche Effizienzpotenziale stecken in den einzelnen Produktions- und Logistikstandorten?
- Ist die Supply Chain in der Lage, flexibel auf Nachfrageschwankungen zu reagieren, ohne die Lieferfähigkeit und die Kosten zu beeinträchtigen?
- Wie können die vielen vorhandenen Kunden- und Operationsinformationen zielgerichtet verwertet werden?
- Liegt dem Management ein aussagefähiges Kennzahlensystem vor?
- Wie hoch ist der Zeit- und Ressourceneinsatz bis zum Ziel-Zustand?

Während Sie sich diese Fragen stellen, tun dies Ihre Wettbewerber sicherlich auch. Was ist daraus zu antizipieren? Welche Maßnahmen ergreifen Sie also, um Marktanteile und Wettbewerbsvorteile auszubauen?

GANZHEITLICHE NEUAUSRICHTUNG VON OPERATIONS

Der Geschäftsbereich „Operations“ von Dr. Wieselhuber & Partner ist auf die ganzheitliche Beratung im Wertschöpfungsumfeld ausgerichtet und hat dabei stets die übergreifende Unternehmensstrategie und das individuelle Geschäftsmodell im Blick. Die Beratungsinhalte teilen sich in fünf grundlegende Lösungsfelder auf.

Supply Chain 4.0-Strategie: Die richtige Supply Chain-Strategie als wichtige Säule in einem tragfähigen, robusten und zukunftsfähigen Geschäftsmodell für das Unternehmen.

Netzwerkstruktur: Festlegung der Make-or-Buy-Strategie, des strategischen Wertschöpfungsnetzwerks sowie der Produktions-, Lager- und Transportmengen je Standort.

Operative Exzellenz: Optimaler Material- und Informationsfluss entlang der gesamten Wertschöpfungskette sowie Produktivitätssteigerung und Kostensenkung in allen Unternehmensfunktionen.

Control Tower: Entwicklung eines ausgewogenen Kennzahlensystems zur Messung und zielgerichteten Optimierung der Wertschöpfungsprozesse im Unternehmen.

Services: Optimal auf das Servicegeschäft ausgerichtete Wertschöpfungsprozesse und -strukturen zur Maximierung des Kundennutzens und des Unternehmensergebnisses.



SUPPLY CHAIN 4.0 – PARADIGMENWECHSEL IN DER WERTSCHÖPFUNG

Immer mehr Branchen werden nachhaltig durch die Digitalisierung beeinflusst – Produkte werden „smarter“, individueller und mit intelligenten Geschäftsmodellen und Diensten verknüpft. Wertschöpfungsstufen verschieben und fragmentieren sich zunehmend. Und auch Sie als Kunden oder Lieferanten passen Ihr Geschäftsmodell und die Wertschöpfungstiefe laufend an.



Operations besitzt den Stellhebel für einen signifikanten Wettbewerbsvorteil, um einen pragmatischen und einfachen Einstieg in die Digitalisierung für Ihr Unternehmen zu ermöglichen:

Die Digitalisierung der Produktion ist nur eine Seite der Medaille: Der Einsatz von Cyber-Physischen-Systemen, additiver Fertigung, kollaborativen Robotern, Plug & Produce-

Maschinen und die effiziente Produktion von Losgröße 1 sind hier nur einige der zu nennenden Themen.

Aktuell werden jedoch vor allem die Supply Chain-Prozesse digitalisiert. Hauptmotiv für die meisten Unternehmen ist neben dem Erfahrungsgewinn auch ein substanzieller Effizienz- und Nutzenzuwachs:

- Aus Big Data wird Smart Data. Vorhandene Daten werden zielgerichtet genutzt, um die eigene Produktion zu optimieren, aber auch um dem Kunden einen Mehrwert zu geben.
- Gegenseitiger Austausch von Informationen für alle Prozessbeteiligten, z.B. über Produktverkäufe an Endkunden, Bestände, Produktionskapazitäten und Warenströme für flexiblere, transparentere und geglättete Abläufe.
- Flexibilisierung, hohe Verfügbarkeit und -kundenspezifische Variantenausprägung nahe am Kunden („späte Differenzierung“).

SCHAFFUNG EFFIZIENTER UND FLEXIBLER STANDORTSTRUKTUREN

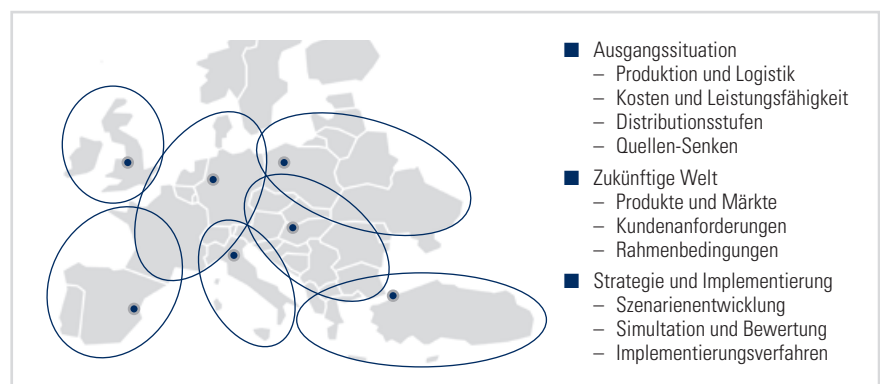
Nicht nur Großkonzerne, sondern auch immer mehr mittelständische Unternehmen agieren in internationalen Beschaffungs-, Produktions-, Distributions- und Servicenetzwerken. Trotz des hoch strategischen Charakters und der langfristigen Auswirkungen werden entsprechende Standortentscheidungen häufig nur isoliert voneinander und zu oberflächlich betrachtet.

Da Lean Management-Ansätze und die Optimierung auf Shop-Floor-Ebene bereits seit langem auf der Agenda von COOs und Produktionsverantwortlichen stehen, kommt den meist noch unausgeschöpften Potenzialen in der Ausgestaltung des übergeordneten Produktions- und Logistikverbundes eine besonders hohe Bedeutung zu.

Dabei geht es um die Entwicklung und Bewertung unterschiedlicher Standortszenerarien. Durch Simulationsmodelle wird beispielsweise die wichtige Frage beantwortet, ob ein zentraler Standort mit maximaler Ausnutzung der Synergiepotenziale besser oder schlechter ist als eine dezentrale Struktur mit hoher Kundennähe.

Zunehmend werden sich aber auch im Zuge flexibler und autonomer Systeme Möglichkeiten entwickeln, bisher statische Netzwerkstrukturen zu dynamisieren und diese bedarfsgerecht an sich ändernde Gegebenheiten anzupassen.

Zielsetzung ist ein konkreter Fahrplan zur sukzessiven Transformation vom IST- in den SOLL-Zustand und die Quantifizierung des dafür benötigten Kapital-, Zeit- und Ressourceneinsatzes.



FLEXIBLE, DURCHGÄNGIGE SUPPLY CHAIN PROZESSE ...

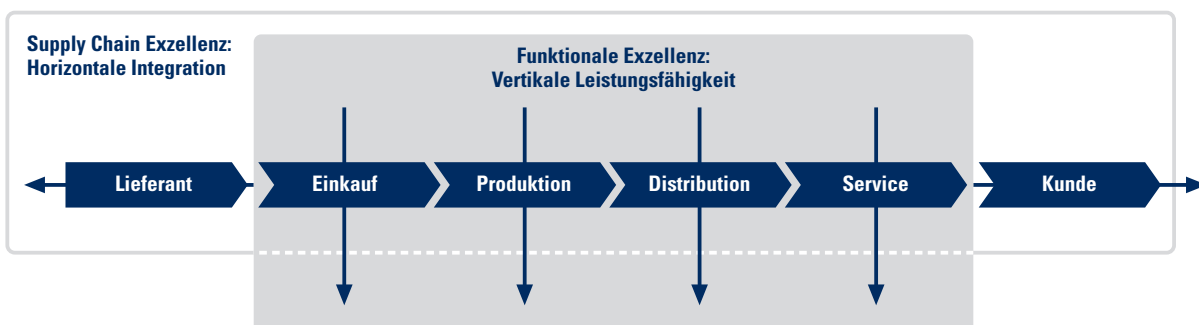
In der globalisierten Welt nehmen die Kunden- und Marktanforderungen immer weiter und schneller zu. Die Individualisierung mit der einhergehenden steigenden Produktvarianz und -komplexität erschwert die Planungs- und Produktionsprozesse. Gewachsene Unternehmensstrukturen mit suboptimalem Informations- und Materialfluss lähmen oftmals die Organisation.

In der Optimierung der Supply Chain haben die nachfolgenden Themen eine besonders hohe Praxisrelevanz:

- Entkopplung der mittel- und langfristigen Kapazitätsplanung von der operativen Steuerung.
- Überprüfung der Dispositionsparameter.
- Lieferantenintegration
- Einführung einer absatzsynchronen Fertigung mit reduzierter Durchlaufzeit (Pull-Prinzip).
- Modularisierung und Flexibilisierung von Logistikstrukturen.
- Schaffung von Transparenz entlang der Wertschöpfungskette.

Sie haben einen direkten Einfluss auf die

- Effizienz: Maschinen- und Personalkapazitäten, Auslastung und Produktionsglättung.
- Kundenzufriedenheit: Warenverfügbarkeit, Lieferzeiten und -zuverlässigkeit



FLEXIBLE, DURCHGÄNGIGE SUPPLY CHAIN PROZESSE ...

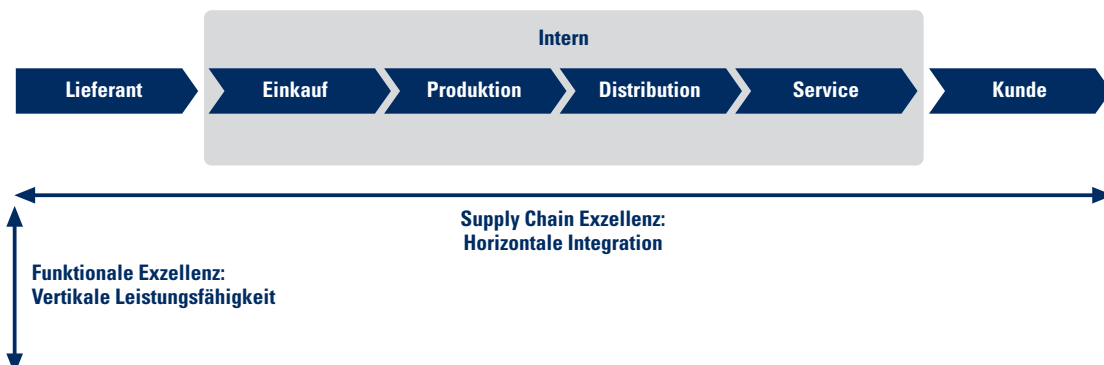
In der globalisierten Welt nehmen die Kunden- und Marktanforderungen immer weiter und schneller zu. Die Individualisierung mit der einhergehenden steigenden Produktvarianz und -komplexität erschwert die Planungs- und Produktionsprozesse. Gewachsene Unternehmensstrukturen mit suboptimalem Informations- und Materialfluss lähmen oftmals die Organisation.

In der Optimierung der Supply Chain haben die nachfolgenden Themen eine besonders hohe Praxisrelevanz:

- Entkopplung der mittel- und langfristigen Kapazitätsplanung von der operativen Steuerung.
- Überprüfung der Dispositionsparameter.
- Lieferantenintegration
- Einführung einer absatzsynchronen Fertigung mit reduzierter Durchlaufzeit (Pull-Prinzip).
- Modularisierung und Flexibilisierung von Logistikstrukturen.
- Schaffung von Transparenz entlang der Wertschöpfungskette.

Sie haben einen direkten Einfluss auf die

- Effizienz: Maschinen- und Personalkapazitäten, Auslastung und Produktionsglättung.
- Kundenzufriedenheit: Warenverfügbarkeit, Lieferzeiten und -zuverlässigkeit



... UND HÖCHSTE FUNKTIONALE LEISTUNGSFÄHIGKEIT

Neben der reinen Prozesssicht muss die funktionale Leistungsfähigkeit in den Fokus rücken.

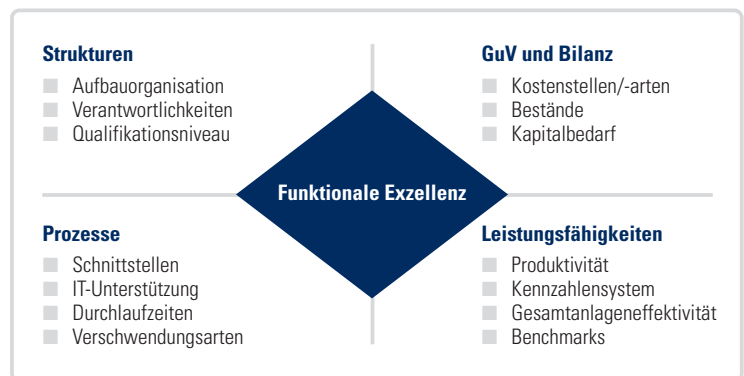
Insbesondere die direkt an der Wertschöpfung beteiligten Bereiche sollten hoch performant sein. Oftmals fehlt es jedoch an der Visibilität, die eigene Leistungsfähigkeit beurteilen zu können. In der Produktion sind z. B. neben mitarbeiterbezogenen Produktivitätskennzahlen die Gesamt-Anlagen-Effektivität (GAE) wichtige Messgrößen. Die GAE besteht aus den Faktoren Anlagenverfügbarkeit, Leistungsgrad und Qualität und beschreibt, wieviel Wertschöpfung eine Maschine in der zur Verfügung stehenden Zeit tatsächlich leistet. Die Optimierung der GAE hat direkte Auswirkungen auf GuV und Bilanz:

- Reduzierung der Material- und Personalkosten.
- Vermeidung unnötiger Erweiterungsinvestitionen

Zusätzlich sollten die Wertschöpfungsprozesse „lean“ sein, also möglichst keine Verschwend beinhalten und eine professionelle Führungskultur vorherrschen.

Die indirekten, produktionsnahen Bereiche wie Produktionsplanung, Instandhaltung oder Qualitätsmanagement werden bei der Frage nach funktionaler Exzellenz oftmals „vergessen“. Eine signifikante Leistungssteigerung kann insgesamt nur erzielt werden, wenn auch dort nachhaltig die Problemursachen beseitigt und nicht nur die Symptome bekämpft werden.

Operative Exzellenz entsteht, wenn auf horizontaler Ebene Prozesse und Teilplanungen optimal ineinander verzahnt sind und vertikal hoch performante Funktionsbereiche zur Verfügung stehen.



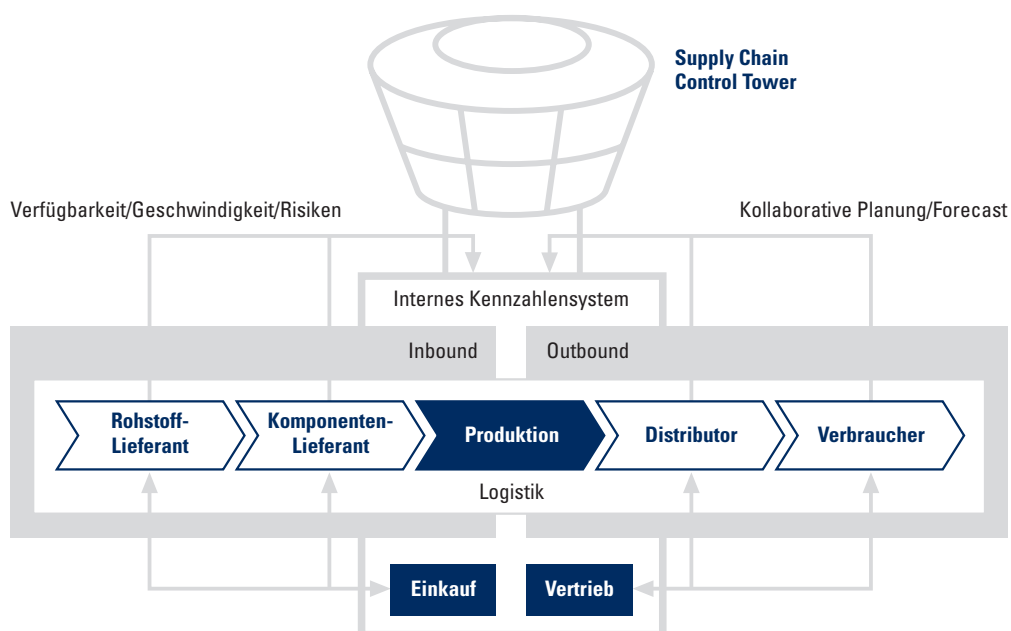
CONTROL TOWER – TRANSPARENZ VOM LIEFERANTEN BIS ZUM KUNDEN

Wo bislang noch hohe Mauern gezogen sind, müssen zukünftig die Unternehmensgrenzen durchbrochen werden. Durch eine kollaborative Planung mit unternehmensübergreifendem Informationsaustausch kann die gesamte Supply Chain besser synchronisiert werden.

Mehr Kommunikation und Transparenz mit Lieferanten und Kunden führen zu einer höheren Präzision von Forecasts. So können z. B. der Maschinen- und Personalbedarf besser geplant und Kostentreiber wie Überkapazitäten und Leiharbeiter reduziert werden.

Zusätzlich sollte ein „state-of-the-art“ Management-Cockpit implementiert sein, um das Relevante sehen und entsprechend steuern zu können:

- Vergleichbarkeit: einheitliche, durchgängige und relevante KPIs.
- Ausgewogenheit: Zielkonflikte in unterschiedlichen Kennzahlen müssen berücksichtigt werden.
- Empfängerorientierung: Es ist nicht für jeden alles relevant.
- Regelkommunikation: erweckt die Zahlen zum Leben



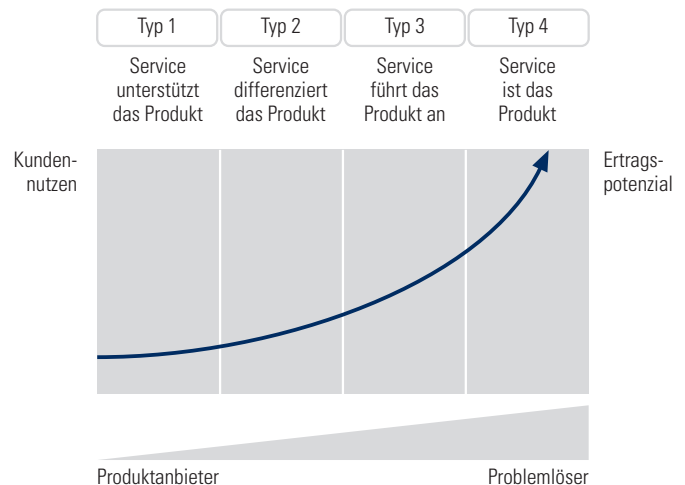
PERFORMANTE SERVICES – VOM PRODUKT-ANBIETER ZUM PROBLEMLÖSER

Viele Unternehmen nutzen Potenziale, die das Servicegeschäft birgt, nicht aus. Diese schlummern in den Bereichen Umsatz, Profitabilität, Kundenbindung und nicht zuletzt im nachhaltigen Wettbewerbsvorteil.

Kunden fordern Verfügbarkeit statt Produkte, getreu dem Motto „Die Funktionalität ist das Produkt“. Hierbei sind die dynamischen Entwicklungen im Zuge von Industrie 4.0 und Digitalisierung häufig der Katalysator und Startpunkt in Richtung eigenständige Service-fokussierte Geschäftsmodelle. Smart Data öffnet auch hier die Türen für verbesserte und kundenangepasste Mehrwertdienste. Darüber hinaus entwickeln sich neben dem klassischen Ersatzteil- und Reparaturgeschäft verschiedene Services wie Outsourcing und Managed Service, Multi-Vendor Services, kundenspezifisch differenzierte Servicelevel, digital angereicherte Mehrwertdienste und performance-basierte Preismodelle „Pay-per-use“.

Auf dem Weg zum Servicegeschäftsmodell erwarten den zukunftsorientierten Unternehmer jedoch viele Herausforderungen und Risiken. Der kulturelle Wandel vom produktfokussierten Unternehmen zum Serviceunternehmen kann steiniger sein als erwartet. Es kann z. B. eine mögliche Konkurrenz zum Servicegeschäft der eigenen Kunden durch Kanibalisierung entstehen. Oder die additive Fertigung kann das bestehende Ersatzteilgeschäft signifikant beeinträchtigen.

Mit der richtigen Strategie überwiegen jedoch die Chancen bei weitem. Ein ganzheitliches Service-Geschäftsmodell soll eine ideale Ergänzung zum Geschäftsmodell der eigenen Kunden sein, da diese eine zunehmende Spezialisierung und Fokussierung auf die Kernkompetenzen vorantreiben. Beispiel: Der Maschinenbau-OEM entwickelt sich zum ganzheitlichen Anbieter von kompletten Anlagen. Der Schlüssellieferant ist der strategische Servicepartner für seine Komponenten und Module.



UNTERNEHMERISCHE GESTALTUNGSSPIELRÄUME NUTZEN

Die Unternehmen stehen vor vielfältigen Herausforderungen wie zunehmendem Wettbewerb, volatileren Märkten und Risiken in der Supply Chain. Hinzu kommen größere Variantenvielfalt und Komplexität der Produkte, steigender Kostendruck und höhere Anforderungen an Verfügbarkeit und kurze Lieferzeiten.

Es entwickeln sich aber auch immer mehr Chancen durch die neuen Möglichkeiten der Digitalisierung. Beispiele dafür sind bessere Tools zur Analyse und Visibilisierung von Kunden- und Transaktionsdaten oder die zunehmende Vernetzung von Maschinen und Anlagen.

Unternehmen sollten ihre Zukunft proaktiv gestalten und dabei an den strategischen Erfolgsfaktoren ansetzen:

- Vorbereitung auf die digitale Zukunft durch „Supply Chain 4.0 Readiness“.
- Effiziente und agile Standortstrukturen.
- Flexible, durchgängige Supply Chain Prozesse und funktionale Leistungsfähigkeit.
- Höchste Visibilität und Steuerungsfähigkeit.
- Performantes und profitables Servicegeschäft.

Die konsequente Entwicklung der Supply Chain in Richtung operativer Exzellenz sowie maßgeschneiderte Methoden und Vorgehensweisen bieten den Unternehmen die Möglichkeit zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und damit zu einer nachhaltigen, überdurchschnittlichen Branchenrendite.

DER UNTERSCHIED IN DER BERATUNG

Woran lässt sich der für Ihr Unternehmen, für Ihre Problemstellung oder für Ihre strategische Zukunftsplanung am besten geeignete Berater erkennen? Natürlich an der Kompetenz. Natürlich am Wissen um Branchen und Märkte. Natürlich an Erfolgen.

Vor allem aber an seinem Selbstverständnis. Schließlich ist das Beratergeschäft ein vertrauliches und verbindliches Personen- und kein Zaubergeschäft, auch wenn darin selbst ernannte Magier auftreten. Es steht und fällt daher mit der Persönlichkeit des Beraters, mit seinen erlernten und erworbenen Fähigkeiten, mit seinen wachen Sinnen für Situationen und Lösungen, für Menschen und Kulturen.

Schließlich geht es darum, für ein Unternehmen oder eine Organisation in ganz unterschiedlichen Situationen und aus ganz unterschiedlichen Gründen hilfreich, kenntnisreich und ideenreich als beratender Partner und Spezialist auf Zeit zu handeln. Es gilt, Probleme ganz individueller Art gemeinsam, seriös und wirkungsvoll zu lösen.

Hier ist die Fähigkeit gefordert, komplexe oder gar gegenläufige Entwicklungen intellektuell miteinander zu verknüpfen: basierend auf hohem fachlichen Branchen- und Marktwissen, auf spezifischem Methodenrepertoire, auf einem Mix aus praktischen Sinnen und analytischer Intuition. Das macht den Unterschied in der Beratungsleistung. Das macht das Beratungsunternehmen Dr. Wieselhuber & Partner einzigartig.

Gefragt sind weder Zeitgeist noch Zukunftsangst. Deshalb lösen wir Problemstellungen unternehmerisch und das heißt: strategisch und dauerhaft. Auf diese Qualitäten und Qualifikationen kommt es an. Umso mehr, als im zunehmenden Wettbewerb um eine starke Kapitalausstattung und hohe Kapitalverfügbarkeit – als Ergebnis von Globalisierung, Automatisierung und dem Einsatz von moderner Informations- und Kommunikationstechnologie – die richtige Strategie der Werttreiber Nummer eins ist.

Lassen Sie uns Ihren Erfolg gemeinsam gestalten.

Ihr



Prof. Dr. Norbert Wieselhuber

STRATEGIE

INNOVATION & NEW BUSINESS

FÜHRUNG & ORGANISATION

MARKETING & VERTRIEB

OPERATIONS

RESTRUKTURIERUNG & FINANZIERUNG



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

Telefon +49 (0)89 286 23-0 · Telefax +49 (0)89 286 23-290
info@wieselhuber.de · www.wieselhuber.de