



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

Corona – und dann?

Betroffenheit, Reaktion und Ausblick der
Bauzulieferbranche



- Ergebnisse der gewerkübergreifenden Branchenstudie 2020 -

München, März 2021



2020 das Jahr der Pandemie – Hintergrund und Ziel der Branchenstudie: Betroffenheit, Reaktion und Ausblick der Bauzulieferindustrie im Kontext der Corona-Krise

Studienhintergrund

Bis dato ist die Bauzulieferbranche scheinbar relativ gut durch die Pandemie gekommen, doch was zeigt sich für ein Bild, wenn man genauer und gewerkübergreifend hinschaut und den Entscheidern und Experten zuhört?

Hierzu hat W&P im November 2020 – zu diesem Zeitpunkt war ein neuerlicher Lockdown-Light bereits absehbar – eine Online-Studie durchgeführt und u.a. folgende Leitfragen untersucht:

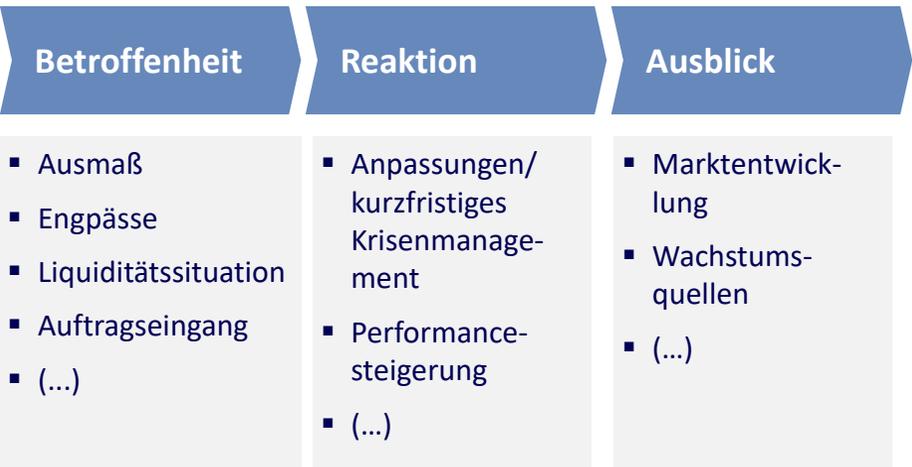
- Wie hat die Bauzulieferindustrie (Hersteller und Handel) konkret auf die Corona-Pandemie reagiert?
- Welche Umsatzentwicklung haben die Unternehmen in den Märkten erlebt?
- Wie bewerten die Entscheider die Marktentwicklung der kommenden 12 bis 18 Monate national und international?
- Welche Wachstumsquellen sehen die Unternehmen für die kommenden 12 bis 18 Monate?
- (...)

Gliederung der Studienergebnisse

Die **Darstellung der Studienergebnisse gliedert sich** entlang der unternehmerischen Gestaltungsfelder

- Markt & Kunde,
- SCM/ Wertschöpfungskette und
- Performance/ Organisation

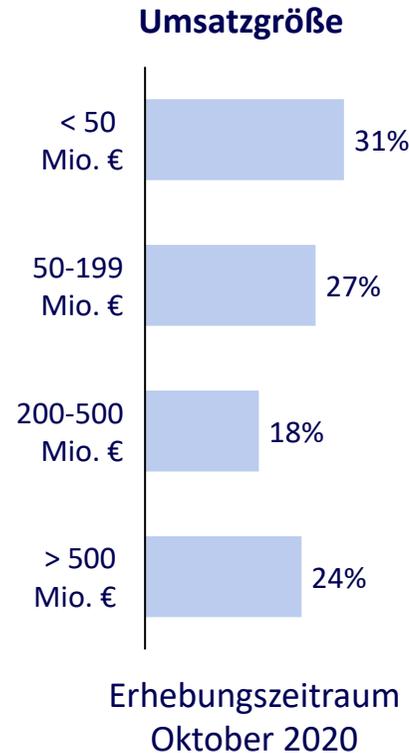
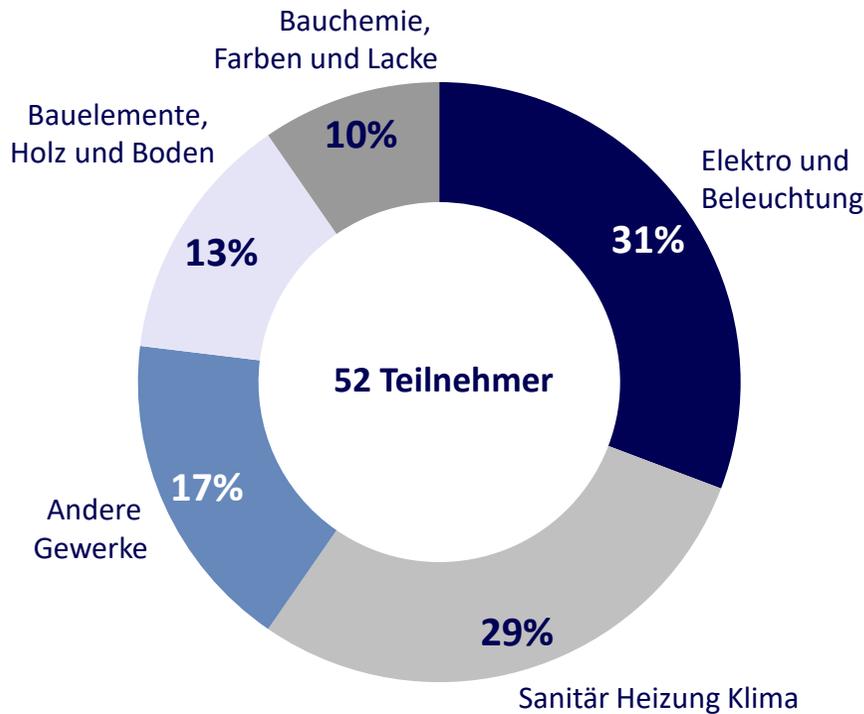
in drei thematische Schritte:





Ein aktuelles Stimmungsbild zur Lage der Bauzulieferbranche im Kontext Corona – die gewerkübergreifenden Studienteilnehmer bilden die Branchenstruktur gut ab

Branchensegment- und Größenklassenverteilung der Unternehmen



Anmerkungen:

- Teilnehmer sind überwiegend die Top-Entscheider in den Unternehmen: **52% der Teilnehmer gehören zur ersten Führungsebene, 27% zur zweiten Führungsebene**
- **94% der teilnehmenden Unternehmen** haben ihren Hauptsitz in der **DACH-Region**; die weiteren Unternehmen in UK und Italien
- Zwischen den unterschiedlichen Branchensegmenten, Wertschöpfungsstufen und Größenklassen der Studienteilnehmer zeigen sich keine signifikanten Unterschiede im Antwortverhalten.

Die Stichprobe liefert eine solide Basis für Aussagen zur aktuellen Situation, Stimmung und Erwartung in der Bauzulieferbranche.

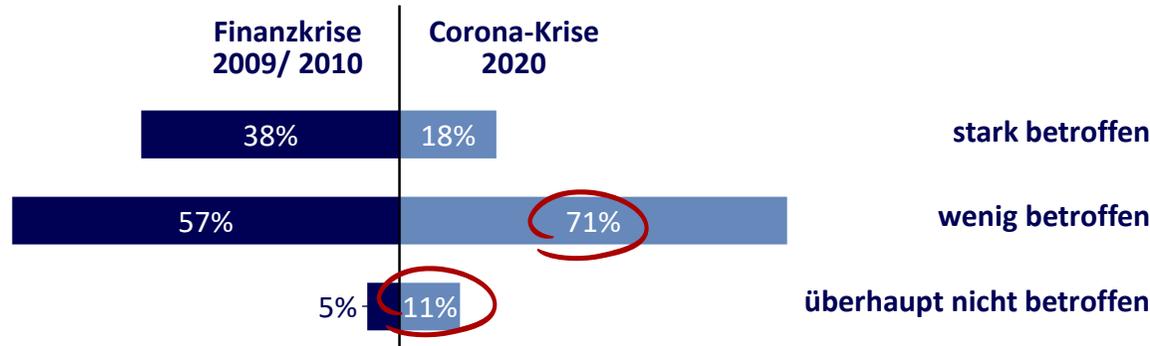
Quelle: Studie „Corona – und dann?“, Dr. Wieselhuber & Partner, November 2020



Corona trifft die Bauzulieferindustrie deutlich weniger als die Finanzkrise 2009. 82% der Unternehmen sind wenig oder überhaupt nicht betroffen!

Wie stark war Ihr Unternehmen in der Finanzkrise 2009/2010 negativ betroffen? Im Vergleich: Wie stark ist Ihr Unternehmen in der aktuellen Corona-Krise negativ betroffen? Wie bewerten sie die Liquiditäts-Situation in Ihrem Unternehmen?

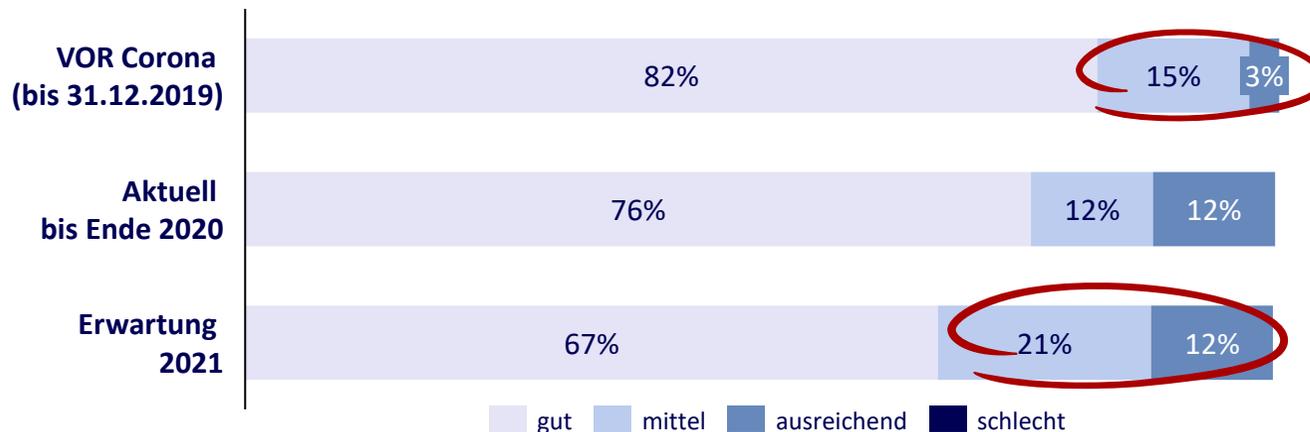
Betroffenheit von Corona im Vergleich zur Finanzkrise 2009/2010



Kommentierung:

- Im Vergleich zur Corona-Krise waren **in der Finanzkrise mehr als doppelt so viele Unternehmen „stark betroffen.“**
- Insgesamt sind in der Corona-Krise über **82% „wenig“ oder überhaupt „nicht betroffen.“**
- Durch die Krise erwarten **33%** der Teilnehmer einen **mittelmäßigen oder nur ausreichenden Liquiditätsstatus in 2021.** Vor der Krise lag dieser Wert bei 18%.
- **Kein Unternehmen bewertet seine Liquidität als schlecht** – vor dem Hintergrund der sehr guten Branchenentwicklung der letzten Dekade sollte dies jedoch nicht überraschen.

Liquiditätsstatus der Unternehmen vor Corona, aktuell und im Ausblick



Quelle: Studie „Corona – und dann?“, Dr. Wieselhuber & Partner, November 2020



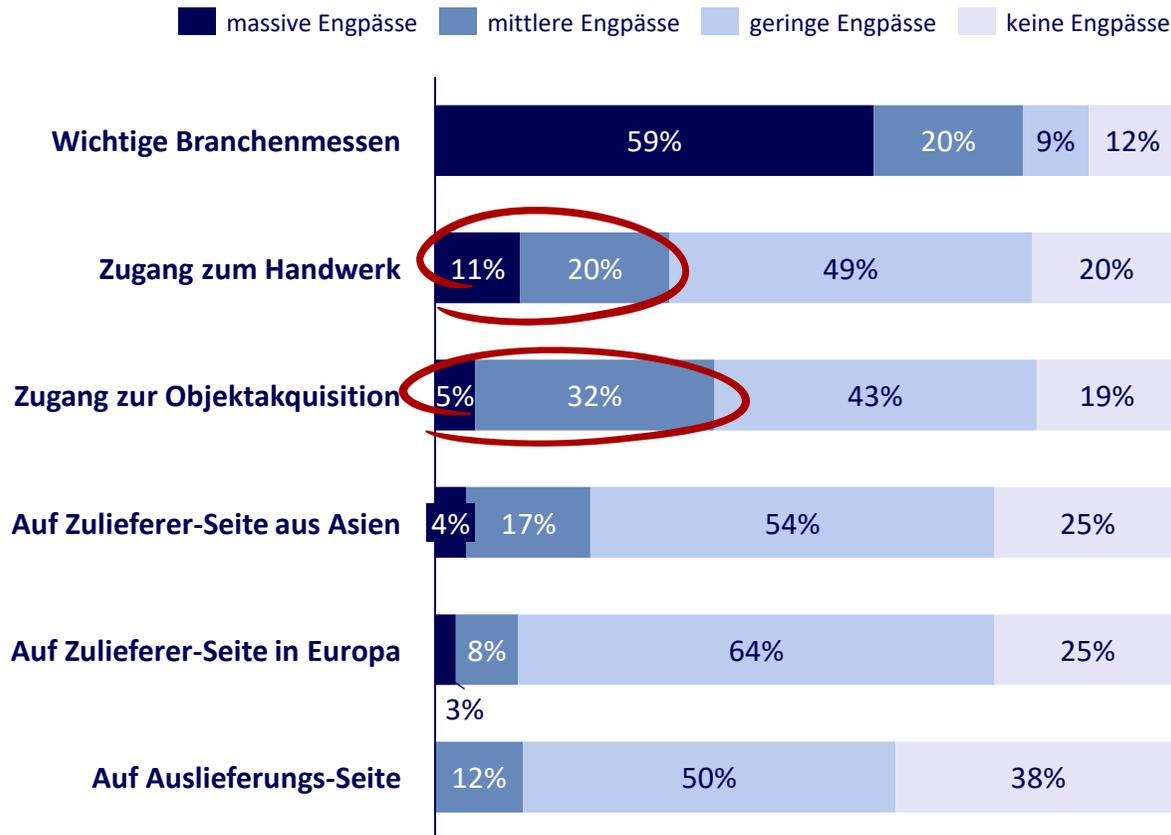
Insbesondere Einschränkungen in der Marktbearbeitung durch Messeabsagen und eingeschränktem Zugang zum Handwerk stellen Engpässe dar

Betroffenheit

Reaktion

Ausblick

Gab es in Ihrem Unternehmen bisher Corona-bedingte Engpässe?



Kommentierung:

- Die Branche empfindet insbesondere die anfängliche **hohe Unsicherheit und dann Absagen der großen Leitmessen als „massiven Engpass“** (59%).
- Die Leitmessen haben vor allem für die Taktung der Neuprodukteinführungen eine hohe Bedeutung. Einige Unternehmen haben daher mit Neuproduktvorstellungen in 2020 in Erwartung von verschobenen Messen (z.B. Light+Building) bis in den Herbst gewartet.
- Schmerzlich werden auch die Einschränkungen durch **fehlende Regional- und Hausmessen im Handel** empfunden.
- Weniger massiv, jedoch durchaus als deutlich **einschränkend**, wird der **reduzierte Zugang zum Handwerk und zur Objektakquisition** empfunden.
- Zweifelsfrei erfährt die Markt- und Zielgruppenbearbeitung gerade einen **großen Schritt zur Digitalisierung und Effizienz-steigerung**.

Quelle: Studie „Corona – und dann?“, Dr. Wieselhuber & Partner, November 2020

© Dr. Wieselhuber & Partner GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential. Pictograms/Pictures: © istockphoto.com, Shutterstock, fotolia

201121_DI_fk_nim_Ergebnisbericht BZI Corona Studie mit ElektroWirtschaft.pptx



77% der Unternehmen mit stabiler Produktionskapazität oder Plänen zur Steigerung – nur 23% haben reduziert oder werden dies noch tun

Betroffenheit

Reaktion

Ausblick

*Wie stark wurden bisher aufgrund von Corona die Produktionskapazitäten in Ihrem Unternehmen angepasst?
Was ist für die Zukunft geplant?*

Geplante Anpassung in den nächsten 12 bis 18 Monaten					
Bisherige Anpassung		bis -10% (und mehr)	keine Anpassung	bis +10% (und mehr)	Gesamt
	bis -10% (und mehr)	8%	9%	-	17%
	keine Anpassung	6%	41%	12%	59%
	bis +10% (und mehr)	-	3%	21%	24%
	Gesamt	14%	53%	33%	100%

Kommentierung:

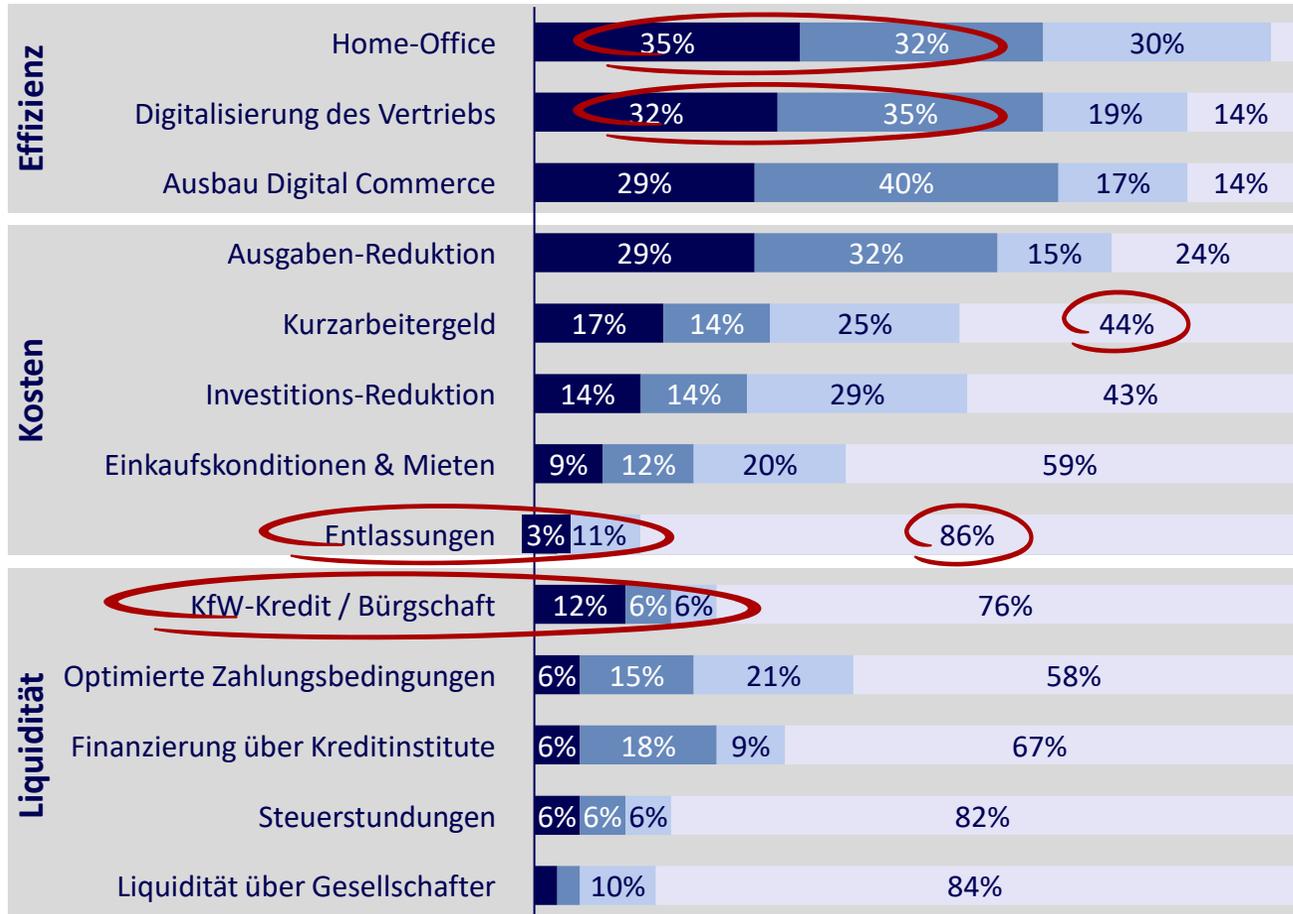
- Positiver Ausblick hinsichtlich Kapazitätsentwicklung: **77% der Unternehmen haben und werden ihre Kapazität weiterhin stabil halten** oder sogar zusätzlich steigern (33%).
- Nur **17% der Unternehmen haben bis dato Kapazitäten reduziert, davon wollen 8-Prozentpunkte noch weiter verringern.**
- Weitere 6% der Unternehmen haben bis dato noch keine Kapazitäten reduziert, aber wollen dies in den kommenden 12 bis 18 Monaten noch vornehmen.
- In welchem Ausmaß es sich bei den Kapazitätsreduktionen um längst fällige Anpassungen handelt, bei denen Corona quasi als Beschleuniger wirkt, kann nicht beurteilt werden.



Kurzfristig setzen die Unternehmen insbesondere auf digitale Arbeitsorganisation, Vertriebsumstellung sowie kurzfristige Ausgabenreduktionen

Wie sieht das kurzfristige Krisenmanagement in Ihrem Unternehmen seit Ausbruch der Pandemie aus?

wird in starkem Umfang genutzt
 wird in mittlerem Umfang genutzt
 wird in niedrigem Umfang genutzt
 wird nicht genutzt



Kommentierung:

- Zwangsläufig setzen Unternehmen auf **Effizienzhebel** wie umfassende **Nutzung von Home-Office** und **Digitalisierung des Vertriebs**.
- **Kurzfristig kostenwirksam** werden **Reduktion von Ausgaben** und Investitionen teilweise auch „in starkem Umfang“ angewandt.
- **Relativ intensiv wird das Instrument Kurzarbeitergeld** in Anspruch genommen.
- **Entlassungen** werden offensichtlich als **ultima ratio** angesehen und **nur in 3% der Fälle „stark genutzt“**.
- Liquiditätssicherung erfolgt primär durch KfW-Kredite oder Bürgschaften und Kreditinstitute.

Quelle: Studie „Corona – und dann?“, Dr. Wieselhuber & Partner, November 2020



Mittelfristig sehen die Teilnehmer Effizienz- und Kostenpotenziale insbesondere in der Digitalisierung des Vertriebs und der Produktion

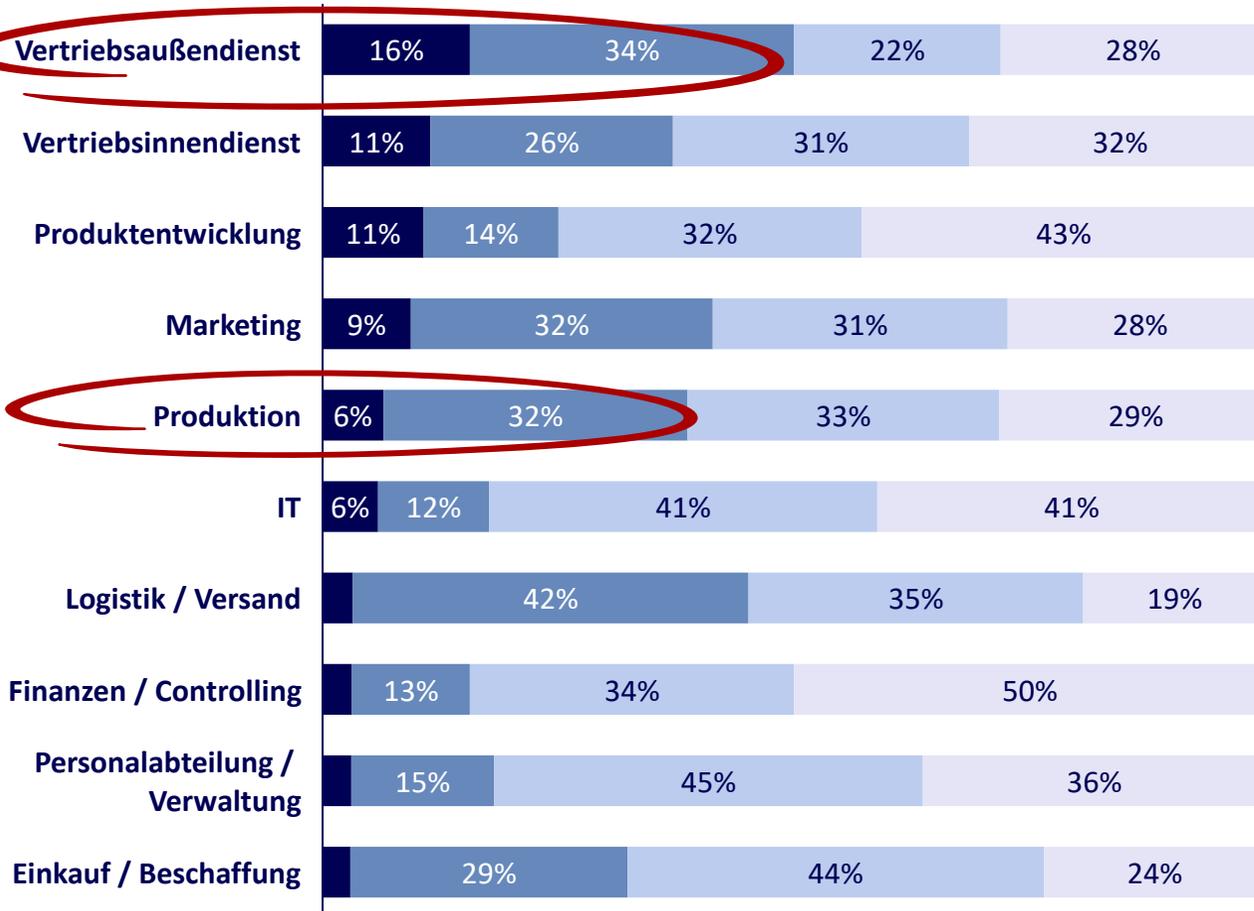
Betroffenheit

Reaktion

Ausblick

In welchen Unternehmensbereichen sehen Sie Potenziale zur Kostensenkung bzw. Effizienzsteigerung in Ihrem Unternehmen in den nächsten 12-18 Monaten?

hoch (> +5%) mittel (+3% bis +5%) gering (< +3%) kaum / gar nicht (± 0%)



Kommentierung:

- 50% der Unternehmen sehen im Vertriebsaußendienst bzw. 37% im Innendienst deutliche Kostensenkungs- bzw. Effizienzsteigerungspotenziale durch z.B. digitale Vertriebsformen, systematische Vertriebssteuerung und zielgruppenorientierte Ausrichtung der Marktbearbeitung.
- 38% der Unternehmen benennen mittlere bis hohe Kosten- und Effizienzpotenziale in der Produktion – typischerweise sind hier operative Performancesteigerungen von 10 bis 20% möglich.
- Marketing, Produktentwicklung, Logistik und Einkauf sind weitere Bereiche mit Potenzialen bzgl. Kosten/ Effizienz.

Quelle: Studie „Corona – und dann?“, Dr. Wieselhuber & Partner, November 2020



63% der Unternehmen sehen eine deutlich positive Entwicklung für DE – ähnlich positiver Ausblick für AT und CH, Westeuropa dagegen negativ!

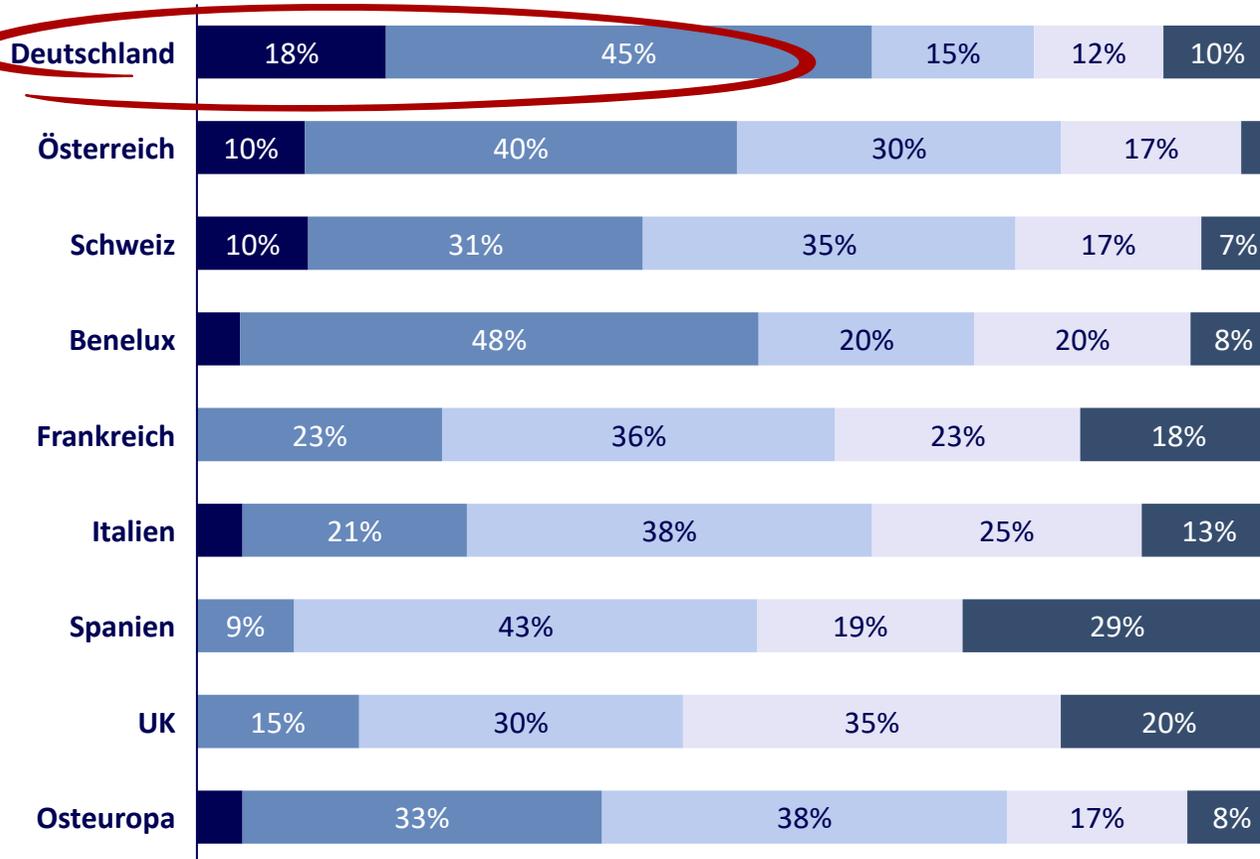
Betroffenheit

Reaktion

Ausblick

Wie schätzen Sie die (inter-)nationale Umsatzentwicklung für Ihr Unternehmen in den nächsten 12-18 Monaten ein?

stark wachsend (> +5%) wachsend (0 bis +5%) gleich rückläufig (0 bis -5%) stark rückläufig (> -5%)



Kommentierung:

- 63% der Unternehmen sehen für den deutschen Markt ein deutliches Umsatzwachstum (ca. 4-5% im Schnitt) – 22% sehen den Markt eher pessimistisch mit negativer Tendenz.
- Ähnlich positive Umsatz-erwartung für die europäischen Märkte Österreich, Schweiz.
- Für die bereits stark von der ersten Corona-Welle betroffenen Länder UK, Italien, Spanien und Frankreich weisen die Erwartungen eher auf einen Umsatzrückgang hin.

Quelle: Studie „Corona – und dann?“, Dr. Wieselhuber & Partner, November 2020

© Dr. Wieselhuber & Partner GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential. Pictograms/Pictures: © istockphoto.com, Shutterstock, fotolia

201121_DI_fk_nim_Ergebnisbericht BZI Corona Studie mit ElektroWirtschaft.pptx



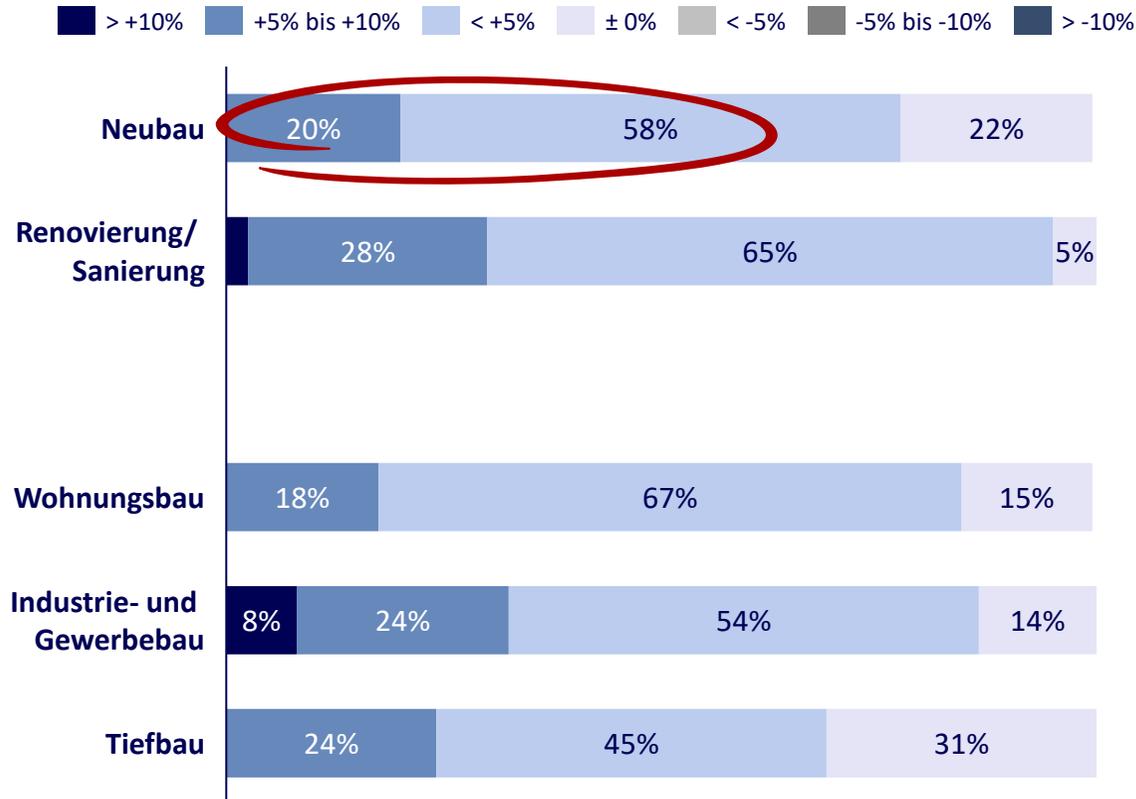
Weiterhin stabile Marktentwicklung für Wohnungsneubau und -sanierung in Deutschland erwartet – fragliche Entwicklung bei Büroflächen

Betroffenheit

Reaktion

Ausblick

Wie verändert sich zukünftig aus Ihrer Sicht durch COVID-19 die Umsatzentwicklung der einzelnen Marktsegmente in Deutschland?



Kommentierung:

- Die Marktnachfrage in Deutschland ist mittelfristig insb. in Wohnbau und Sanierung weiterhin als stabil zu bezeichnen. In 2020 haben vor allem DIY und sanierungsnahe Produktsegmente profitiert – Bauherren hatten Zeit und Geld durch verhinderte Urlaubspläne.
- Im Kontext der steigenden Bedeutung von Home-Office und damit nachlassendem Bedarf im Segment Office, erscheint der Ausblick im gewerblichen Bau als zu optimistisch. Logistik und Gewerbeflächen dagegen mit eher positiver Erwartung im Markt.
- Größere Corona-bedingte Baustellenschließungen waren bis dato die Ausnahme und die Baustellen liefen in der ersten und zweiten Welle weitgehend „normal“ weiter. Von Quarantänemaßnahmen, einzelnen Krankheitsfällen und Reise-beschränkungen osteuropäischer Arbeiter berichten jedoch viele Betriebe in der Ausführung.

Quelle: Studie „Corona – und dann?“, Dr. Wieselhuber & Partner, November 2020



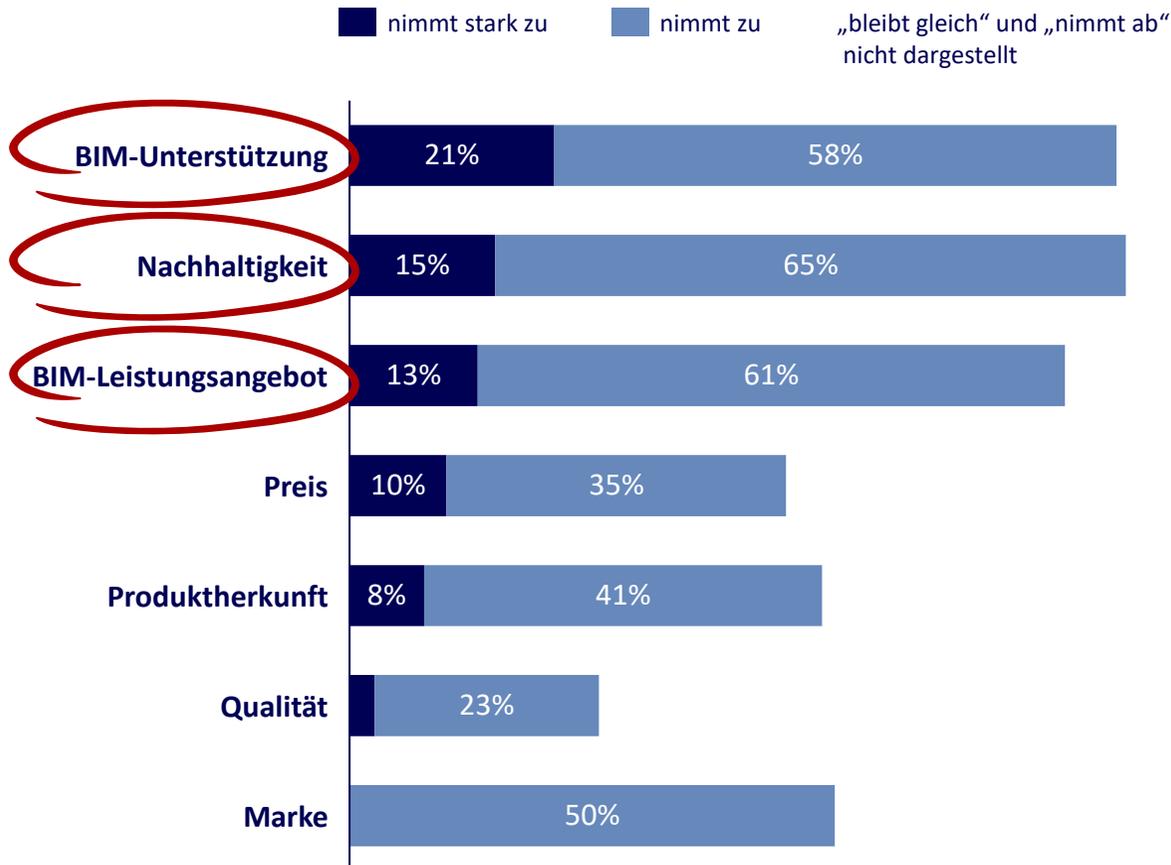
Deutlich über 70% der Unternehmen sehen BIM-Unterstützung und BIM-Leistungsangebote von steigender Bedeutung in der Kaufentscheidung

Betroffenheit

Reaktion

Ausblick

Wie verändert sich zukünftig aus Ihrer Sicht durch COVID-19 die Bedeutung der kaufentscheidenden Faktoren bei den Entscheidern (Fachplaner, Bauherr, Verarbeiter)?



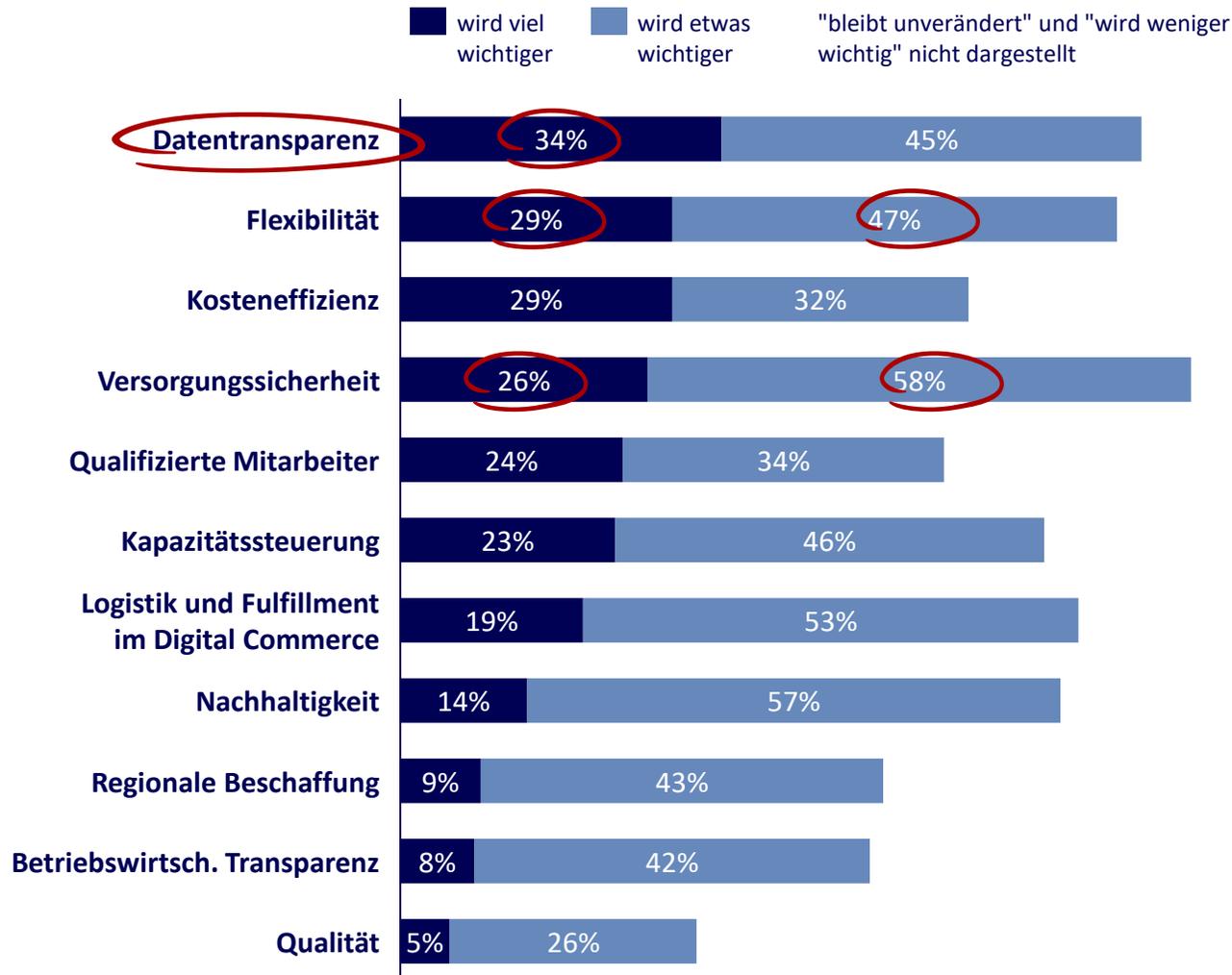
Kommentierung:

- Zielgruppenorientierte BIM-Leistungen gewinnen zunehmend an Bedeutung in der Zielgruppenbearbeitung zum Fachplaner und Verarbeiter.
- Führende Unternehmen definieren daher aktuell umfassende BIM-Strategien, die deutlich über die einfache Bereitstellung von BIM-Objekten hinausgehen.
- Ein weiteres, deutlich an Bedeutung gewinnendes Thema, ist Nachhaltigkeit der Produkte. Das Thema gewinnt an Bedeutung und immer mehr Entscheider sind dafür sensibilisiert.



Corona hat die Fragilität von internationalen Lieferketten gezeigt – auch hier bestätigt sich die hohe Bedeutung von Datentransparenz

Was wird in Ihrem Unternehmen durch COVID-19 in der Produktion und Lieferkette in Zukunft wichtiger?



Kommentierung:

- Probleme in der Supply Chain, u.a. durch Lieferengpässe aus Asien und in Europa, führen zu **steigender Relevanz der Versorgungssicherheit (84%) und Flexibilität (76%)**, um die eigene Produktion zukünftig ohne Engpässe aufrecht erhalten zu können.
- **Zur effizienten Kapazitätssteuerung ist ein hohes Maß an Datentransparenz die entscheidende Grundlage**, um flexibel und kosteneffizient die Kapazitäten und Supply Chain steuern zu können.
- Trotz der Supply Chain-Erschütterungen ist nicht davon auszugehen, dass sich zukünftig Wertschöpfungsverbünde deutlich verändern.

Quelle: Studie „Corona – und dann?“, Dr. Wieselhuber & Partner, November 2020



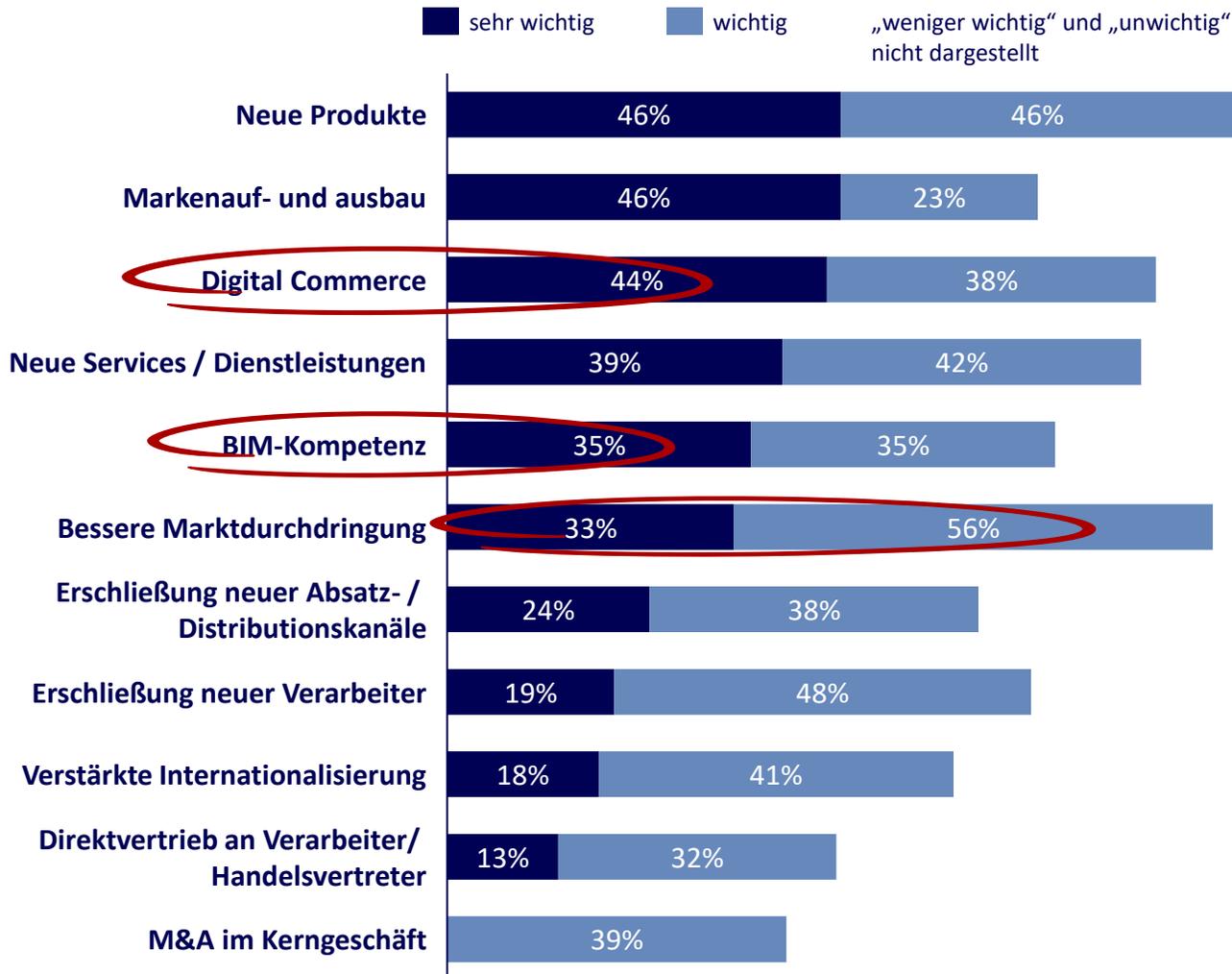
Als zukünftig wichtige Wachstumsquellen werden neue Produkte und Services, Markenausbau, digitale und BIM-Kompetenzen erwartet

Betroffenheit

Reaktion

Ausblick

Wie wichtig sind die folgenden Wachstumsquellen der Zukunft für Ihr Unternehmen?



Kommentierung:

- 89% sehen in der **Durchdringung bestehender Märkte** – als „wichtige“ oder „sehr wichtige“ Wachstumsquelle – **Erfolgsfaktor dafür ist die systematische Optimierung der Vertriebsperformance**, um bereits in Krisen den eigenen Marktanteil auszubauen und den Grundstein für die zukünftig positive Unternehmensentwicklung zu legen.
- Weitere Wachstumsquellen von „hoher Relevanz“ sind neben neuen Produkten, Markenausbau und Services, die Förderung der Digitalisierung durch digital Commerce (44%) sowie Implementierung von BIM-Kompetenzen (35%) im eigenen Unternehmen.

Quelle: Studie „Corona – und dann?“, Dr. Wieselhuber & Partner, November 2020



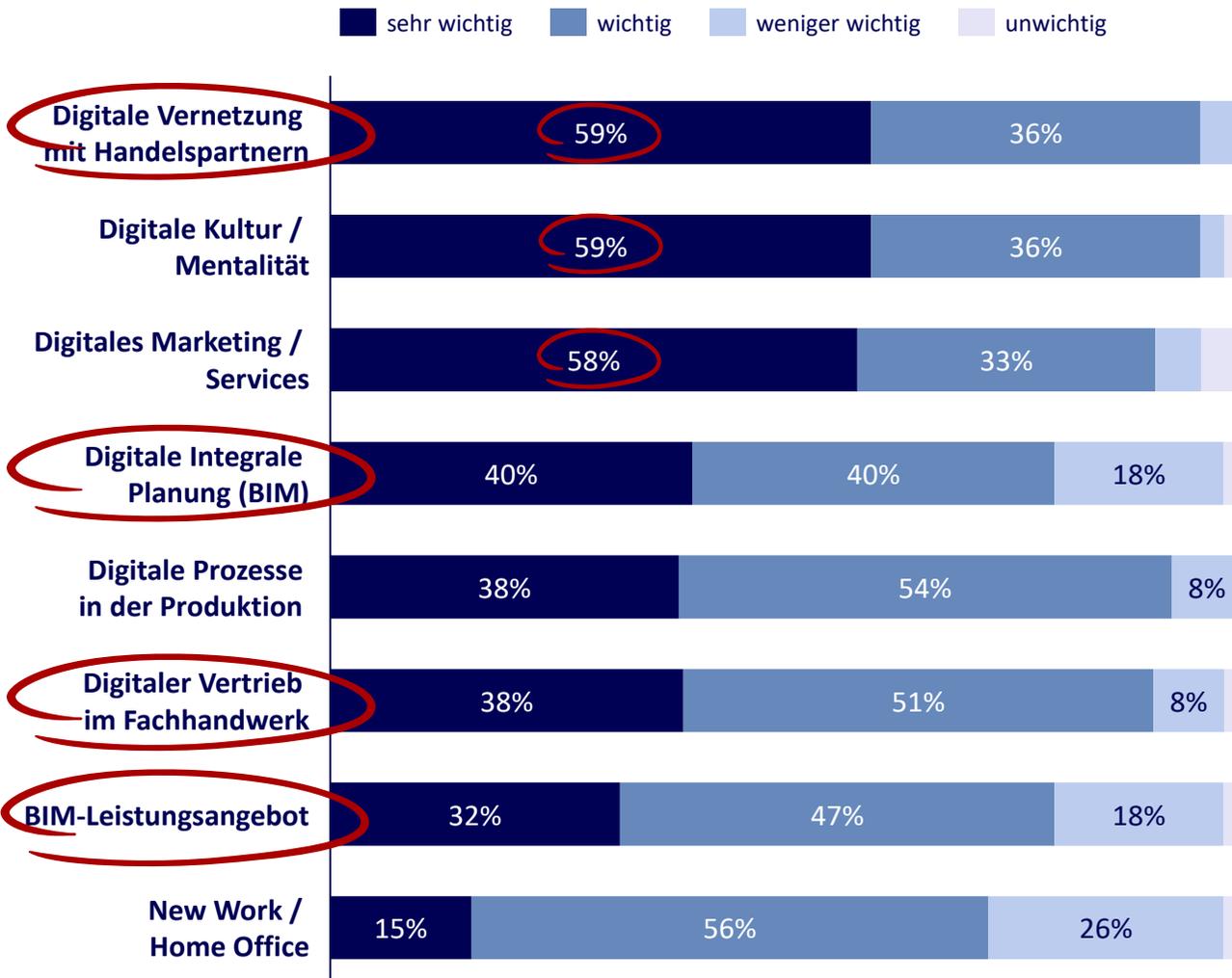
Im Rahmen der vielfältigen Digitalisierungsthemen werden die Vernetzung mit dem Handel, Marketing und auch BIM als zukünftig wichtig angesehen

Betroffenheit

Reaktion

Ausblick

Wie wichtig sind die verschiedenen genannten Aspekte der Digitalisierung für Ihr Unternehmen in den nächsten 12-18 Monaten?



Kommentierung:

- Die digitalen Themen in der Markt- und Zielgruppenbearbeitung sollten integrativ gedacht und entwickelt werden: digitale Bearbeitung der Fachhandwerker, Anbindung des Handels und nutzenorientierte BIM-Strategie gehören dazu.
- Bis dato konnten aus unserer Erfahrung nur relativ wenige Unternehmen umfassend überzeugende digitale Vertriebsformen etablieren und eine ganzheitliche Digitalisierungsstrategie vorweisen, wobei die gegenwärtige Krise das digitale Mindset der Entscheidungsträger Jahre in die Zukunft gebracht hat.

Quelle: Studie „Corona – und dann?“, Dr. Wieselhuber & Partner, November 2020



Fazit: Vier unternehmerische Gestaltungsfelder sind die entscheidenden Erfolgsfaktoren – Dr. Wieselhuber & Partner ist Ihr Themen- und Branchenexperte zur Steigerung Ihrer Performance

Wachstum/ Vertriebsperformance

- Umsatzsteigerung durch konsequent zielgruppenorientierte Marktbearbeitung
- Steigerung der Vertriebsperformance durch saubere Segmentierung, fokussierte Zielgruppenstrategien und systematische Vertriebssteuerung (CRM, digitaler Vertrieb)
- Zur Marktbearbeitungsstrategie maßgeschneidert passende Datenmodelle



Digitalisierung/ BIM

- Zielgruppengerechtes und konkreten Nutzen stiftendes BIM-Leistungsportfolio
- BIM-Strategie und Leistungsumfang als integraler Bestandteil der Marktbearbeitungs- und Digitalisierungsstrategie
- BIM-Strategie als Differenzierungs- und Erfolgshebel
- Neue Geschäftsmodelle und Erlösquellen



Hebel und Erfolgsfaktoren in der Bauzulieferbranche

- Datenmodell des Unternehmens als Kern erfolgreicher Digitalisierung
- Optimierung von Daten und Prozessen zur Skalierbarkeit der Abläufe im Unternehmen, Reaktionsfähigkeit und Flexibilität des Unternehmens
- Nutzung vorhandener Datenpotenziale, Business Process Automation, Dynamic Forecasting



- Erhöhung und Sicherung der Produktivität in Fertigung und Supply Chain
- Gesamtüberblick durch End-to-End Potenzialanalyse und Maßnahmenidentifikation in der Breite der Organisation
- Weiterentwicklung der eigenen Rolle in der Wertschöpfungskette und strategisch sinnvolle Verknüpfung mit der Kunden-WS



Transparenz/ Daten

Operations/ Supply Chain



Ausgewählte Kernergebnisse der Studie: operative Engpässe weitgehend gelöst, besonnene Reaktion, positiver Ausblick für DACH-Region!

Kernergebnisse

Betroffenheit

- 82% der Unternehmen sind „wenig“ oder „überhaupt nicht“ von der Corona-Pandemie betroffen! Corona trifft die Bauzulieferindustrie deutlich weniger als die Finanzkrise 2009.
- Insbesondere Einschränkungen in der Marktbearbeitung durch Messeabsagen sowie eingeschränktem Zugang zum Handwerk und zum Objekt stellen – zwischenzeitlich teilweise gelöste – Engpässe dar.

Reaktion

- Unternehmen haben insbesondere kurzfristig Ausgaben und Investitionen reduziert, Home-Office genutzt und den Vertrieb zügig auf digitale Formen umgestellt.
- 77% der Unternehmen halten ihre Produktionskapazitäten stabil oder bauen Kapazitäten sogar auf – nur 23% haben reduziert oder wollen dies noch.
- Weitere kurz- und mittelfristige Effizienz- und Kostenpotenziale werden insbesondere in der Digitalisierung des Vertriebs und in der Produktion gesehen.

Ausblick

- 63% der Unternehmen sehen für den deutschen Markt ein deutliches Umsatzwachstum (ca. 4-5% im Schnitt) – 22% sehen eher pessimistisch mit negativer Tendenz – ähnlich positiver Ausblick für AT und CH, Westeuropa dagegen negativ!
- Deutlich über 70% der Unternehmen sehen u.a. BIM-Unterstützung und BIM-Leistungsangebote von steigender Bedeutung in der Markt- und Zielgruppenbearbeitung.
- Als zukünftig wichtige Wachstumsquellen werden neue Produkte und Services, Markenausbau, digitale und BIM Kompetenzen erwartet.

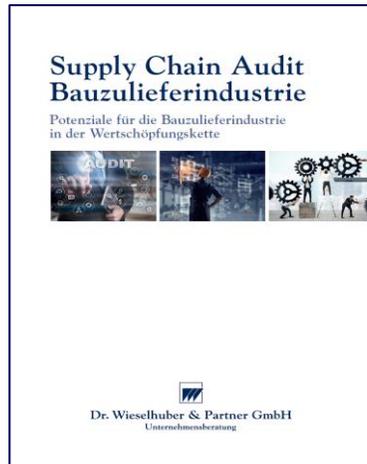


Aktuelle Publikationen zu verschiedenen unternehmerischen Gestaltungsfeldern in der Bauzulieferindustrie – sprechen Sie uns an!



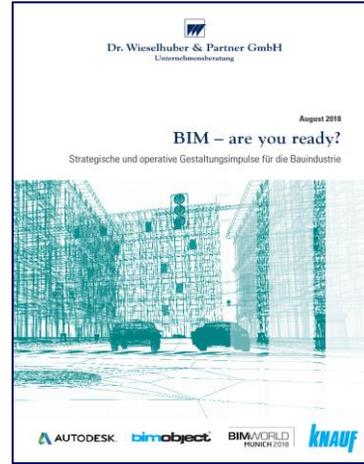
Vertrieb im Fachhandwerk 2020+

- Herausforderungen des Fachhandwerks und Anforderungen an die vertriebliche Betreuung durch Hersteller und Handel
- Fundiert auf 500 Interviews mit Fachhandwerkern aus fünf Gewerken



SCM-Audit Bauzulieferindustrie

- Performancesteigerung durch SCM-Excellence
- Audit zur gezielten Identifikation von Potenzialen in der Supply Chain von Herstellern der Bauzulieferindustrie



BIM – are you ready?

- Reifegrad, Herausforderungen und Gestaltungsmuster auf dem Weg zur digitalen, integrierten Wertschöpfungskette Bau 2025+ – Implikationen für die Industrie
- 200 Interviews mit Planern, Bauunternehmen und Herstellern



Zentrale Entscheidungsfelder für UnternehmerInnen

- Richtige und effiziente Dimensionierung von Fertigung und Supply Chain
- Vermeidung von Verlusten, Optimierung der Erträge sowie Kapitalbindung
- Sicherstellung von Liquidität und Durchfinanzierung



Zukunft Messe

- Messe ohne Messe – ein fiktiver Gedankenaustausch über neue Formen der Präsentation
- Entwicklung eines Zukunftsfahrplans für das eigene Messekonzept



Perspektiven eröffnen –
Zukunft gestalten

unabhängig

unternehmerisch

strategisch

messbar



- **Gründung:** 1986
- **Mitarbeiter:** > 80
- **Standorte:** München (Stammhaus), Hamburg, Düsseldorf
- **Kunden:** mehr als 800 Familienunternehmen des gehobenen Mittelstandes
- **Kernzielgruppe:** International tätige, führende Inhaber-Unternehmen unterschiedlicher Branchen/Betriebsgrößen
- **Leistungsangebot:** Strategie, Business Performance, Digitale Transformation, Restructuring & Finance
- **Anspruch:**
 - Steigerung von Wettbewerbsfähigkeit, Ertragskraft und Unternehmenswert
 - Krisenbewältigung und Zukunftsfinanzierung



Funktional kompetent,
thematisch am Puls
der Zeit

konzeptionell

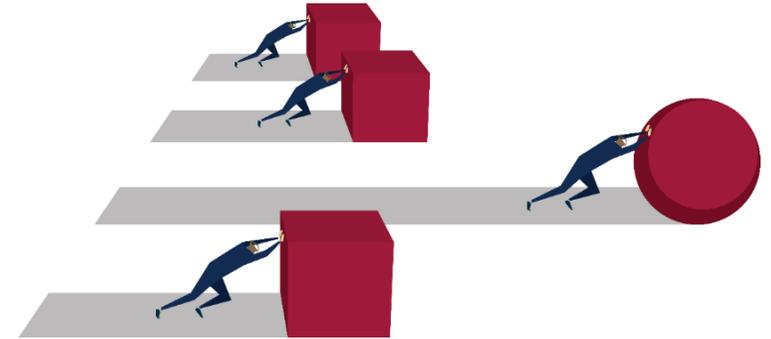
operativ

ganzheitlich

zielgenau



Perspektiven eröffnen – Zukunft gestalten



Florian Kaiser

Partner,
Leiter Geschäftsbereich
Baulieferindustrie/ Elektroindustrie

+49 89 286 23 269

+49 151 551 359 28

kaiser@wieselhuber.de

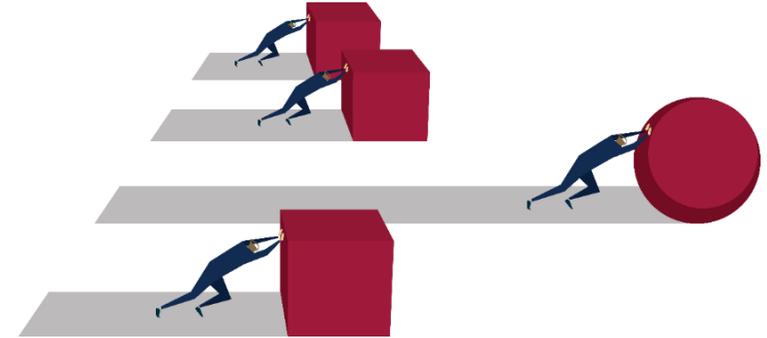


Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

info@wieselhuber.de

www.wieselhuber.de

Perspektiven eröffnen – Zukunft gestalten



STRATEGIE

INNOVATION & NEW BUSINESS

DIGITALISIERUNG

FÜHRUNG & ORGANISATION

MARKETING & VERTRIEB

OPERATIONS

CORPORATE RESTRUCTURING

MERGER & ACQUISITIONS

FINANCE

INSOLVENZBERATUNG

CONTROLLING

Dr. Wieselhuber & Partner ist das erfahrene, kompetente und professionelle Beratungsunternehmen für Familienunternehmen und Sparten bzw. Tochtergesellschaften von Konzernen unterschiedlicher Branchen.

Wir sind Spezialisten für die unternehmerischen Gestaltungsfelder Strategie, Innovation & New Business, Digitalisierung, Führung & Organisation, Marketing & Vertrieb, Operations, Merger & Acquisitions, Finance und Controlling, sowie die nachhaltige Beseitigung von Unternehmenskrisen durch Corporate Restructuring und Insolvenzberatung. Weiterhin bündeln wir unsere Kompetenzen unabhängig von Branchen und Funktion in unseren Fokusthemen Familienunternehmen, Kraftfeld Kunde, Industrie 4.0, Zukunftsmanagement, Komplexität und agiles Management.

Mit Büros in München, Düsseldorf und Hamburg bietet Dr. Wieselhuber & Partner seinen Kunden umfassendes Branchen- und Methoden-Know-how und zeichnet sich vor allem durch seine Kompetenz im Spannungsfeld von Familie, Management und Unternehmen aus.

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

Unser Anspruch ist es, Wachstums- und Wettbewerbsfähigkeit, Ertragskraft und Unternehmenswert unserer Auftraggeber nachhaltig sowie dauerhaft zu steigern.



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

info@wieselhuber.de

www.wieselhuber.de