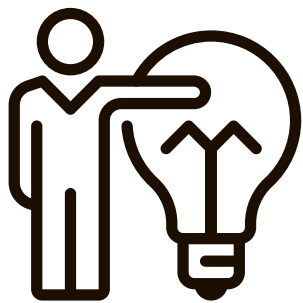


Zentrale Entscheidungsfelder für „Game Changer“

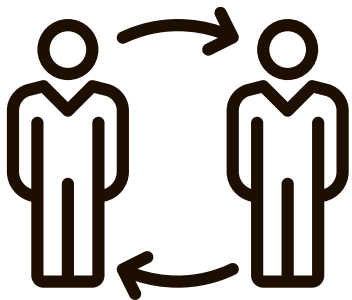
Wer nach der Pandemie durchstarten und die Zukunft seines Unternehmens offensiv gestalten möchte, sollte vor allem sieben unternehmerische Handlungsfelder angehen.

VON NORBERT WIESELHUBER



1. Strategie überprüfen

Ziele und Strategien bestimmen den Weg eines Unternehmens. Die Rahmenbedingungen dafür haben sich geändert – folglich muss die Strategie angepasst werden. Wachstumsquellen bei Umsatz und Ertrag sowie Tempo und Ressourceneinsatz sind neu zu definieren. Erfolgsfaktor für jede Unternehmensoffensive: der Konsens zwischen Führung und Gesellschafter über Ziele und Strategien.



2. Kunden aktivieren

Kundenverhalten und -wünsche haben sich durch die Pandemie verändert. Bestehende Kunden binden und neue Kunden gewinnen bedeutet, dass Unternehmen sie noch besser kennen, individueller betreuen und enger binden. Was ist der Unterschied zum Wettbewerb? Welche kaufentscheidenden Faktoren führen zu einer ausgeprägten Kundenloyalität? Wer sich auf die „Customer Journey“ begibt, wird einen höheren

Kundennutzen erzielen und daraus eine bessere Erlössituation ziehen.



3. Wertschöpfung optimieren

Die Neukonfiguration der Wertschöpfungskette achtet mehr denn je auf Versorgungssicherheit, Wirtschaftlichkeit und Verteilung von Know-how und Ressourcen. Die Optimierung der Supply-Chain, der Produktionsstandorte, der Vertriebsnetzwerke und der externen Partner sind notwendige Voraussetzungen für Stabilität und Flexibilität bei Markt- und Nachfrageschwankungen.



4. Finanzierung strukturieren

Temporär reduziertes Geschäftsvolumen und reduzierte Ertrags- und Finanzkraft, limitierte Möglichkeiten der Innenfinanzierung und Zurückhaltung der Banken bei der Kreditfinanzierung sind pandemiebedingte Rahmenbedingungen bei der Finanzierung. Eine Wachstumsoffensive erfordert aber auch adäquate Finanzierungsmöglichkeiten. Die herkömmlichen reichen dazu möglicherweise nicht aus, und Unternehmen müssen neue, alternative Finanzierungsinstrumente und Partner suchen und nutzen.



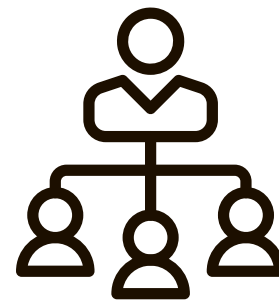
5. Organisation professionalisieren

Strukturen und Prozesse müssen noch effizienter, wirtschaftlicher, schneller werden. Die Vorteile mittelständischer Unternehmen in Form flacher Hierarchien, kurzer und schneller Entscheidungswege, tiefen Geschäftsverständnisses und wenig Bürokratie müssen sich in einer hohen Organisationseffizienz, in der perfekten Beherrschung des operativen Geschäftes und einer vorteilhaften Kostenposition messbar niederschlagen.



6. Digitalisierung nutzen

Die Pandemie hat Digitalisierungsdefizite in den Unternehmen sichtbar gemacht. Die Veränderungsbereitschaft und die Notwendigkeit, Digitalisierung als Veränderungstreiber, Wettbewerbsvorteil und Überlebensfaktor zu nutzen, haben zugenommen. Konkret sind Produkte, Leistungen, Prozesse und Geschäftsmodelle Gegenstand von Digitalisierungsaktivitäten. Mit System, Kreativität und in der richtigen Reihenfolge kann und muss das Unternehmen digitalisiert und somit zukunftsfähig gemacht werden.



ALLEICONS FONIKUM/ISTOCK

7. Führung praktizieren

Ohne eine gute Führung wird jede Offensive scheitern. Erfolgreiche und wirksame Führung in der Krise und danach bedeutet, moderne Methoden des Unternehmensmanagements einzusetzen. Gefragt sind Wahrheit und Klarheit, Leadership, Teambildung, Durchsteh- und Durchsetzungsvermögen, also Resilienz, und damit ein konstruktiver Umgang mit Niederlagen und Fehlversuchen.

Prof. Dr. Norbert Wieselhuber ist Managing Partner der Dr. Wieselhuber & Partner GmbH in München.