

Haben Sie sich Ihre Chancen schon ausgerechnet?
.....Seite 1

Sind Sie krisenfest? Machen Sie sich Ihr eigenes Bild!
.....Seite 2

„Die Krise ist vorbei“ – Motivation der Mitarbeiter
..... Seite 2

Haben Sie sich Ihre Chancen schon ausgerechnet?

Die Krise als Chance nutzen und Gewinner werden



Martin Grimpe
Geschäftsführer
der BDE

Die Medien erinnern uns jeden Tag, im täglichen Geschäft zeigt es sich auch schon: die Wirtschaftskrise ist existent, 2009 wird wirtschaftlich gesehen ein schwieriges Jahr. Aber aus jeder Krise gehen auch Gewinner hervor. Wenn Sie auch dazu gehören wollen, müssen Sie aufhören im „Krisenstrom“ zu schwimmen und jetzt handeln!



Stephanie Winter, Junior-Consultant
der BDE

Denken Sie in Chancen und Lösungen, so wie wir von der BDE. Hier sind einige Ansatzpunkte, damit Sie Chancen erkennen und nutzen und zum Gewinner der Krise werden:

1. Neue Märkte akquirieren: Wenn der Absatz in einem Bereich einbricht, gibt es nur eine Chance: alternative Kunden und Märkte! Fangen Sie an kreativ und innovativ zu denken, neue Zielgruppen zu definieren und die Vertriebs- und Marketingaktivitäten anzupassen. Vielleicht verhilft eine kleine Produktmodifikation zu neuen Chancen und Gewinnen.

2. Neue Produkte: Haben Sie krisensichere Produkte in Ihrem Portfolio, die unabhängig von der wirtschaftlichen Lage gekauft werden? Wenn diese vorhanden sind, fördern sie diese Produkte intensiv und rücken sie verstärkt in den Blick des Kunden! Falls dies nicht der Fall ist: Beginnen Sie noch heute mit der Entwicklung!

3. Strukturen vorbereiten: Bei rückläufigem Auftragseingang sollten

Sie schnell die Produktionskapazitäten und Kosten anpassen können um so den entgangenen Deckungsbeitrag zu kompensieren. Prüfen Sie Ihre Prozesse und Strukturen. Gewonnener Handlungsspielraum nutzt Ihnen bei der Vermarktung krisenunabhängiger Produkte.

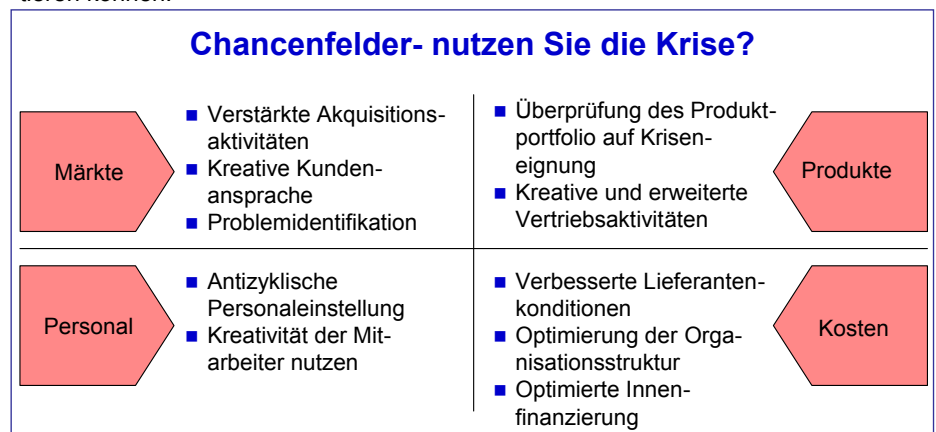
4. Antizyklisch denken: Haben Sie schon einmal darüber nachgedacht, Ihr Personal antizyklisch einzustellen? Gerade in Krisenzeiten schauen viele gute Mitarbeiter über die Grenzen ihres Unternehmens hinaus. Nutzen Sie die krisenbedingte Wechselbereitschaft von hochqualifizierten Spezialisten für Ihr Unternehmen. So können Sie gerade jetzt interne Engpässe schnell und kostengünstig aufheben.

5. Gute Konditionen verhandeln: Die Verunsicherung in vielen wirtschaftlichen Bereichen gibt Ihnen jetzt die Chance, gute Konditionen bei Verhandlungen mit Lieferanten zu erhalten. Denn diese verlangen nach mehr Sicherheit, von der Sie finanziell profitieren können.

6. Machen Sie nicht immer die gleichen Fehler: In der Vergangenheit haben Sie in schlechteren Zeiten am Marketing gespart und sich nachher darüber geärgert? Gehen Sie gedanklich Krisenphasen der Vergangenheit durch: Wie haben Sie sich damals verhalten? Was hätten Sie aus heutiger Sicht geändert? Was können Sie diesmal besser machen?

7. Nach dem wahren Problem suchen: Liegen die Ursachen für ausbleibende Aufträge in der wirtschaftlichen Krise oder gibt es noch tiefere, hausgemachte Probleme? Nutzen Sie jetzt die Chance Ihr Unternehmen zu überprüfen und so gestärkt aus der Krise hervorzugehen.

8. Innenfinanzierung: In Krisenzeiten sind finanzielle Mittel knapp. Eine gute Innenfinanzierung verspricht eine gesicherte Liquidität: Halten Sie nur geringe Vorräte und Bestände, optimieren Sie Ihr Forderungsmanagement, bezahlen Sie Lieferungen erst zum Fälligkeitsdatum und produzieren Sie nicht unnötig auf Lager.



Sind Sie krisenfest?

Machen Sie sich Ihr eigenes Bild!

Ihnen ist eben die Finanzierung für ein Projekt geplatzt und Ihre Kunden wollen Ihnen keine festen Zusagen für 2009 machen? Nutzen Sie die Chance einer Krise? Nehmen Sie sich ein paar Minuten Zeit und machen Sie sich Ihr eigenes Bild! Ist Ihr Unternehmen gegen die Krise gewappnet?

Bewerten Sie jede der folgenden Aussagen für sich, ordnen Sie ihr einen Punktwert zwischen 1 und 5 zu (5= bereits erledigt, 4= weitestgehend erledigt, 3= begonnen, 2= bereits darüber nachgedacht, 1= bislang keine Aktivitäten) und tragen Sie diese Werte in das untenstehende Polardiagramm ein.

A. Finanzierung: Sie haben mit Ihren Hausbanken gesprochen, wie Sie sich auf die Krise vorbereiten bzw. weiterhin Erträge realisieren können.

5 4 3 2 1

B. Strategie: Sie haben für alternative Szenarien 2009 Strategien entwickelt, um gut vorbereitet zu sein.

5 4 3 2 1

C. Stakeholder: Sie haben schon mit Ihren Kunden oder Lieferanten bzgl. einer verstärkten Kooperation oder vergünstigten Konditionen gesprochen.

5 4 3 2 1

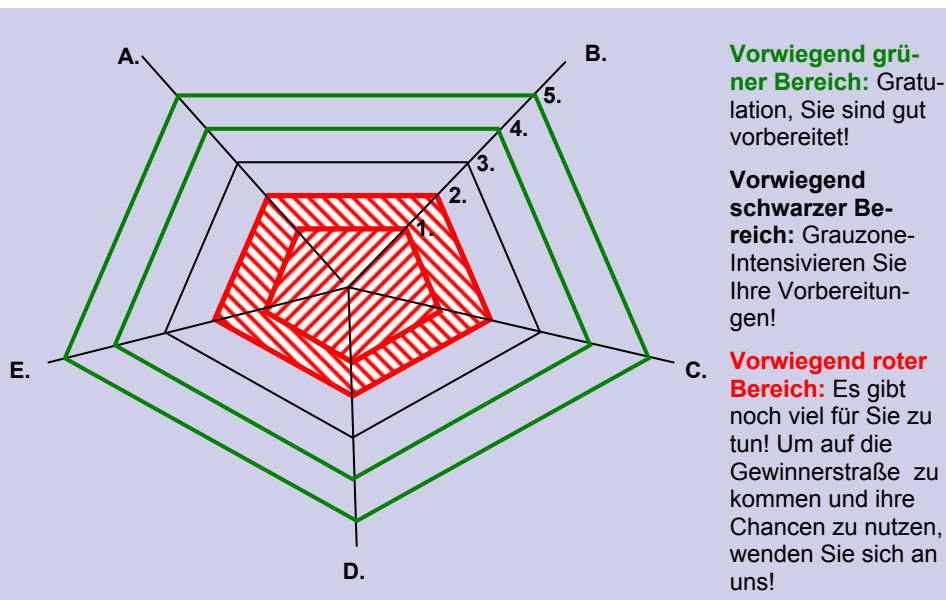
D. Produkte: Sie haben in ihrem Produktportfolio auch krisensichere Produkte und Sie haben alternative Absatzkonzepte erarbeitet, falls Ihre Umsätze plötzlich wegbrechen sollten.

5 4 3 2 1

E. Bestände und Kosten: Sie haben Ihre Bestände und Vorräte reduziert und Ihre Kostenstruktur flexibel gestaltet.

5 4 3 2 1

Tragen Sie Ihre Punkte in das Polardiagramm ein und verbinden Sie sie zu einer Fläche.



„Die Krise ist vorbei“ – Motivation der Mitarbeiter

Es ist allgemein bekannt: unzufriedene und unmotivierte Mitarbeiter sind unproduktiver als motivierte Mitarbeiter. Aber wie motivieren Sie Ihre Mitarbeiter in Zeiten, in denen jeder von Krise spricht?

Setzen Sie Ihre Mitarbeiter nicht unnötig unter Druck. Beschäftigen Sie sie, damit keine Zeit zum Grübeln entsteht. Geben Sie Ihren Mitarbeitern die Chance kreativ arbeiten zu können. Vermitteln Sie ihnen das Gefühl, dass in auftragsärmeren Phasen Zeit für Kreativität und die Entwicklung von individuellen Lösungen ist (Bsp.: Entwicklung eines neuen Vertriebs- und Marketingkonzepts oder einer innovativen Kundenansprache).

Nutzen Sie die ‚freie‘ Zeit, um längst überfällige interne (oder externe) Schulungen durchzuführen.

Legen Sie Optimismus an den Tag! Zweckoptimismus beruhigt Ihre Mitarbeiter, verbreitet eine positivere Stimmung. Versuchen Sie in schlechten Nachrichten etwas Positives zu sehen und führen Sie ein ‚Erfolgsgjournal‘ um den Mitarbeitern zu zeigen, was trotz Krise erreicht wurde und hängen Sie es ans Schwarze Brett.

Nehmen Sie sich Zeit für Ihre Mitarbeiter: Ein angebrachtes Lob, ein längst überfälliges Feedback, die Besprechung der Fortschritte der Mitarbeiter. Schaffen Sie ein respektvolles Arbeitsumfeld zum „Wohlfühlen“, z.B. durch Gleit- oder flexiblere Arbeitszeiten.

Motivierte Mitarbeiter sind die beste Marketingressource: Nutzen Sie sie!

Möchten Sie mehr über uns und unsere Arbeit wissen? Wir freuen uns auf das Gespräch mit Ihnen.

BDE-Hamburg
Tel: 040 - 539 10 281
Fax: 040 - 539 10 280
hamburg@bde-consulting.de

BDE-Frankfurt
Tel: 06101 - 98 99 57
Fax: 03212 -10 65 285
frankfurt@bde-consulting.de

www.bde-consulting.de

Impressum:

Herausgeber:
BDE-Consulting GmbH, Gösselkoppel 56
22339 Hamburg, www.bde-consulting.de
Redaktion:
Martin Grimpe, Stephanie Winter
Bildquellen: BDE; pixelquelle.de
Auflage: 300
Stand: 22.01.2009
V.i.S.d.P. Wolfram Latsch