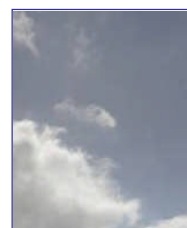




Wie Visionen Wirklichkeit werden!
Drei Jahre BDE-Consulting GmbH
.....Seite 1



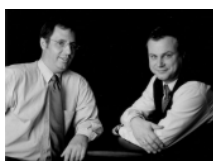
Wettbewerb fordert!
A 380 versus B 787
.....Seite 2



Wie Visionen Wirklichkeit werden!
Auch Große können träumen.
.....Seite 2

Wie Visionen Wirklichkeit werden!

Ein Rückblick in eigener Sache



Martin Grimpe, Götz Walter
Geschäftsführer der BDE

Über 1.000 Tage BDE-Consulting!

Zu wissen wie es geht ist noch keine Garantie, es richtig zu

machen. Als Berater erklären wir unseren Mandanten gern, dass es darauf ankommt, zielgruppen-

orientierte Produkte, Dienstleistungen und Marketingkonzepte zu haben.

So war uns Mitte 2004 bei der Gründung der BDE klar, dass wir uns vom bereits vorhandenen Angebot der rund 15.000 Mitbewerber absetzen mussten. Hochglangsaussagen über Geschäftsprozesse, Risikomanagement und Strategiekonzepte brauchten wir nicht auch noch zu bringen.

Also setzten wir auf das, wovon wir in den vielen Jahren als angestellte Berater am meisten profitiert haben. Persönliche Erfahrungen, Integrität, volles Engagement, Übernahme von Verantwortung und Fokussierung der Kernkompetenz. Ganz im Sinne der reinen Lehre definierten wir für unseren Leistungsanspruch Beratungsqualität als volle, umfängliche Kundenzufriedenheit. Und luden uns damit viel Arbeit auf die Schultern.

Mit diesem Beratungsangebot scheinen wir richtig zu liegen. Es gibt viele Unternehmer und Unternehmerinnen, die genau dieses Beratungsverständnis schätzen. Auch wenn es bei der Wahl eines Beratungspartners Bedenken geben mag, gegen kleine, kapazitativ ständig am Limit laufende Firmen ohne den klangvollen Namen, der so manche politisch schwierige Entscheidung absichert.

Voller Stolz schauen wir deshalb heute auf unsere Kundenbeziehungen: Auf Unternehmen, aber

in erster Linie auf Menschen, die in ihren jeweiligen Branchen zu den Schlüsselfiguren gehören. Hidden Champions allemal, Marktführer, Wachstumsmotoren und Impulsgeber.

Wir sagen „Danke“, für das Vertrauen, dass uns die Umsetzung unseres Anspruches ermöglicht hat, für die Bereitschaft unseren Rat anzunehmen und umzusetzen, für die Anerkennung unserer Arbeit durch persönliche Referenzen bei der Gewinnung neuer Mandanten. Höchst anspruchsvolle Kunden, die unser Engagement und die positiven Ergebnisse unserer Arbeit quittieren, mit denen wir das Gespräch und den Austausch schätzen.

Wir haben die drei Jahre seit Gründung der BDE-Consulting intensiv genutzt, unserem Anspruch gerecht zu werden, Strukturen zu schaffen, die Kontinuität und Qualität gewährleisten, wahrnehmbar zu werden, damit die Marke BDE auch politisch brisanten Entscheidungen Gewicht gibt. Wir arbeiten aktiv an einem neuen Qualitätsverständnis der Branche. Mit einem Exzellenzbegriff, bei dem gut vor groß, persönlich vor stereotyp und kompetent vor kompatibel steht.

Und wir freuen uns voller Zuversicht auf eine spannende Zukunft mit Ihnen!

Martin Grimpe

Götz Walter

>>>> Kurz notiert >>>>

Die BDE Consulting GmbH ist in diesem Jahr auf zwei Messen vertreten!

10.-14. Oktober 2007
FRANKFURTER BUCHMESSE
Ehrengast >Katalanische Kultur

**10. - 14.10.2007,
Halle 4.0, Stand F 1353**

BDE als assoziierter Beratungspartner des Sortimenter Ausschusses des Börsenvereins des deutschen Buchhandels.

diwi
MESSE UND KONGRESS
marketing • beratung • personal

21. - 22.11.2007 auf

**dem Gemeinschaftsstand des HCC
(Adolphsplatz 1, 20417 Hamburg)**

BDE diskutiert mit Branchenpartnern über Qualität im Beratungswesen.

Besuchen Sie uns! Kontakt: 040 – 539 10 281 oder 06101 – 98 99 57.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

Wie Visionen Wirklichkeit werden!

Auch Große können träumen.



Wolfram Latsch
Berater
der BDE

13 Jahre nach der letzten Präsentation eines neuen Flugzeuges hat sich Boeing mit dem neuen B787 Dreamliner bewusst und gezielt von gängigen Denk- und Produktionsmustern abgesetzt – und damit auch von seinem Konkurrenten Airbus. Dem vermeintlichen Wettbewerbsdruck des auf „Kosteneffizienz durch Größe-Prinzip“ basierenden A380 setzt Boeing ein innovatives Produkt- und Produktionskonzept entgegen. Erfolgreich noch vor dem Jungfernflug – mit 677 Bestellungen von 47 Airlines zählt die 787 heute schon zu den erfolgreichsten Flugzeugtypen. Welche Erfolgsfaktoren stecken dahinter?

1. Strategische Neuausrichtung – Konsequent und gegen alle Widerstände!

In einer mehrjährigen strategischen Neuausrichtung erfolgte die Konzentration aller Ressourcen auf das Wesentliche – die eigenen Kernkompetenzen. Vor unpopulären Entscheidungen bei Standorten und Personal wurde nicht Halt gemacht.

2. Zukunftsweisende Kundenorientierung!

Erfolgsentscheidend ist ein neues Produktverständnis. Mit Blick auf veränderte Anforderungen an Flugzeuge der Zukunft (flexibel auf Haupt- und Nebenstrecken einsetzbar, umweltverträglicher durch Senkung von Treibstoffverbrauch und Lärmemissionen) wurden gezielt innovative

Technologien eingesetzt. Resultat: Sowohl Fluglinie (Kosteneinsparung) als auch Fluggast (Ökologisches Gewissen) werden bedürfnisgerecht adressiert.

3. Abkehr von den Limitierungen der eigenen Strukturen!

Eine radikale Veränderung der Wertschöpfungsstruktur bringt einen weiteren Durchbruch: Dezentrale Komponentenfertigung schafft Flexibilität, Kompetenz- und Kostenvorteile. Nur noch Entwicklung und Endmontage sind Boeing-Kernkompetenzen in eigener Regie.

4. Tue Gutes und sprich darüber!

Die Markteinführung der 787 wird durch ein breitangelegtes Marketingkonzept flankiert. Von der ersten Produktidee an bis zu einer fulminanten Präsentationsshow des neuen Modells mit zehntausenden Gästen und Mitarbeitern aus aller Welt: Internationale Medienaufmerksamkeit war sichergestellt. Die Boeing 787 ist heute für jeden ein Begriff.

Das macht Mut für Veränderungsprozesse – gerade auch im Mittelstand.

1. Komplexe Veränderungen sind durchsetzbar:

Auch wenn Unternehmen in vermeintlich starren und unflexiblen

Organisationsstrukturen und in althergebrachten Traditionen verwurzelt sind. Es lohnt sich, Mut für ungewöhnliche Ideen aufzubringen.

2. Auf die eigenen Stärken bauen:

Konzentration auf die eigenen Kernkompetenzen und Erfahrungen: Für Nebenleistungen auf externe Spezialisten setzen, langfristige Partnerschaften etablieren und absichern. Das Resultat: Erfolge im eigenen Kerngeschäft.

3. Über die eigenen Leistungen reden:

Unsere Kunden sind „Hidden Champions“, im eigenen Segment höchst erfolgreich und mitunter weltweit tätig. Dies gezielt zu nutzen und den relevanten Zielgruppen immer wieder die eigene Kompetenz vor Augen führen, darauf kommt es an.

Wettbewerb fordert! A 380 vs B 787



	A 380	B 787
Spannweite	79,8 m	60 m
Länge	79,4 m	68,9 m
Max. Startgewicht	560 t	245 t
Max. Passagieranzahl	853	380
Max. Reichweite	16.200 km	16.300 km
Max. Geschwindigkeit	0,95 Mach	0,85 Mach

(www.wikipedia.de)

**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: 01212 - 5240 15 841
frankfurt@bde-consulting.de

www.bde-consulting.de

Impressum:

Herausgeber:
BDE-Consulting GmbH, Gössekkoppel 56
22339 Hamburg, www.bde-consulting.de
Redaktion:
Götz Walter, Martin Grimpe, Wolfram Latsch
Bildquellen:
BDE
Auflage: 200
Stand: 21.09.2007
V.i.S.d.P. Wolfram Latsch