

Krise oder Neue Realität?

Sicherheit durch bewertbare Zukunftskompetenzen

Weitere Themen:

- Coaching – Werkzeug für Unternehmer und Manager
- Der gescheiterte Generationswechsel
- Das Familienunternehmen sucht seine neue Zukunft
- Die Lücken zwischen Strategie und Umsetzung, zwischen Wissen und Handeln
- Verkaufserfolge durch Empathie!
- Die Führungskraft in der persönlichen Krise
- Die Renaissance des Outsourcings
- Krisenentstehung und Krisenerkennung – im Unternehmen und im Management

Die weltwirtschaftlichen Veränderungen seit Herbst 2008 wurden in eine **neue Rhetorik** geführt – ohne dass sich Sachverhalte und Rahmenbedingungen geändert hätten. Aus einer Krise mit eindeutigen Verursachern und Verantwortlichen wurde eine „Neue Realität“. Die Worte Strukturwandel und Innovation stehen für fundamentale Veränderungen und auffallende Leistungen. Politik und Wirtschaft haben in den letzten Jahrzehnten gerne die positive Veränderungs-Dynamik dieser Wortbedeutungen aufgegriffen.

Der Begriff dieser „Neuen Realität“ **suggeriert nun eine Normalität** – als wäre diese ein natürlicher wirtschaftlicher Entwicklungsprozess, analog technischen und

organisatorischen Innovationen oder wirtschaftlichen Strukturveränderungen. Tatsächlich wird durch diese gezielte rhetorische Täuschung ein wesentlicher Grundsatz unserer Wirtschaft, Gesellschaft und unseres Rechtsverständnisses demontiert: Wer Schaden anrichtet, muss ihn auch bezahlen!

Die Zukunft verlangt neue Realitäten. Diese werden nur aus Zukunftskompetenzen entstehen, welche **jedes Unternehmen individuell** zu erarbeiten hat. Ausgangspunkt sind unternehmensspezifische Veränderungen. Das Management steht vor der Aufgabe, diese Veränderungen zu erkennen, zu beschreiben und zu kommunizieren.

Indikatoren für Veränderungen

- Veränderungen bei den Kunden der Kunden
- Technologische, funktionale Erneuerungen
- Bereinigungen von Überkapazitäten im Markt
- Zukunftsgeneration verlangt neue(s) Produktnutzen / Produktprestige
- weitere Internationalisierung der Absatz- und Einkaufsmärkte
- Vertrauensverluste in der Belegschaft
- Wunsch nahezu aller Bevölkerungsschichten nach mehr Sicherheit in der Existenzplanung
- Managementnachwuchs erwartet kurzfristig Wertkorrekturen
- Identifikation des Managements mit dem Unternehmen schwindet in immer mehr Unternehmen
- Demografischer Wandel
- etc.

Zukunftskompetenzen

- Technologie- und Verfahrens-Knowhow
- Produktinnovationen
- Unternehmens- und Marken-Image
- Ertrags- und Finanzkraft
- Marktpräsenz, Markt-Knowhow
- Mitarbeiter
- Daten der Leistungserbringung wie Durchlaufzeiten, Serviceleistungen, Qualität, etc.
- Führungseigenschaften wie Durchsetzungsstärke, Führungseffizienz, Empathie, menschliche Reife, etc.
- Werteorientierung wie Glaubwürdigkeit, Sicherheit, Spaß an der Leistung und Freude am Erfolg, etc.
- Managementkapazitäten
- etc.

Bis **bewertbare Zukunftskompetenzen** erarbeitet und stabilisiert sind, ist das finanzwirtschaftliche Gleichgewicht des Unternehmens der bestimmende Erfolgsfaktor. Die Versorgung des Unternehmens mit Finanzmitteln ist eng verbunden mit dessen Zukunftsfähigkeit. Beides erfordert eine schlüssige Strategie und eine solide Grundlagenpolitik aus **Liquidität, Ergebnisorientierung und Zukunftskompetenzen** – nur so entsteht eine Neue Realität. Solange gilt eine bewährte Formel der unternehmerischen Grundlagenpolitik:

1. *Liquidität geht vor Rentabilität*
2. *Liquidität folgt dem Gewinn*
3. *bewertbare Zukunftskompetenzen schaffen Sicherheit*



Autor: Martin Schwarz, ProControl

Möchten Sie über das Thema sprechen? Rufen Sie mich an:

07234 - 9 48 58-0