

Der Unternehmer

WERTE – POTENZIALE – UMSETZUNG – ERFOLG

Inhalt

Marketing/Vertrieb

Der nächste
Konjunkturabschwung
kommt bestimmt. Was
machen Sie bis dahin?

Unternehmensführung

Fremdmanager in
Familienunternehmen

Gesundheitsmanagement

Betriebliches
Gesundheitsmanagement
(BGM) –
Eine Entscheidungshilfe

Organisationsentwicklung

Das Projektteam: ein
Leistungsteam?

Demografische Fitness

Demografische Fitness

Einladung

Einladung zum zweiten
Unternehmerdialog in
Langenau bei Ulm

Projektwettbewerbes 2008

Alle haben gewonnen

Impressum

Kennziffern

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

sehen wir es doch mal so: „Der nächste Aufschwung kommt bestimmt“. Oder ganz deutlich: „Endlich eine Krise, endlich eine Chance, sich auf den nächsten Boom vorzubereiten“. Denn eine Krise ist ein hochproduktiver Zustand, wenn man ihm den Beigeschmack der Katastrophe nimmt. Krisen oder generell Abschwungperioden bringen mehr Klarheit darüber, was die Kunden wirklich wollen und wo die Prioritäten liegen sollten. Mehr vom Selben, z.B. noch mehr Marge, ist jetzt weniger gefragt, sondern mehr vom Gegenteil, wie z.B. unorthodoxe Ideen. Damit können die klassischen Fragen beantwortet werden: Was fehlt meinem Kunden wirklich? Wie muss ich meine Produkte und Dienstleistungen demzufolge weiterentwickeln? Wie muss ich dazu meine Organisation ausrichten? Und wie bündele ich das alles in einer Strategie, die wieder mehrere Jahre trägt?



Zwei Elemente, sich in diesem Sinne fit zu machen, können wir Ihnen in Kooperation mit dem LVI anbieten:

1. Den Projektwettbewerb 2009 unter dem Motto: „Gut sein – besser werden, Neue Projekte zu operativer Exzellenz und Zukunftssicherung“. Der Projektwettbewerb 2008 ist für die beteiligten Unternehmen höchst erfolgreich abgeschlossen (s.u.). Der Projektwettbewerb 2009 steht vor der Tür. Melden Sie sich an.
2. Den Unternehmerdialog, eine halbtägige Veranstaltung und Diskussionsplattform. Die nächste findet am 05.02.09 in Ulm statt (s.u.). Melden Sie sich an.

Im übrigen bin ich der Meinung, dass Sie uns schreiben sollten, wo sie der Schuh drückt.

Kontakt

Dr. Dieter Coy

Marketing/Vertrieb

Der nächste Konjunkturabschwung kommt bestimmt. Was machen Sie bis dahin?

■ Darüber, was das Jahr 2009 voraussichtlich für die Unternehmen in Deutschland an Auswirkungen (**Chancen und Risiken**) bringt, sind sich selbst die Experten uneins. Auch Patentrezepte helfen erfahrungsgemäß oft wenig. Richtig und wichtig scheint mir zu sein, dass die Unternehmensführer die Krisen als Bestandteil unseres Wirtschaftssystems annehmen und, als Fernziel, die Unternehmen nicht nur besser auf die nächste Krise vorbereiten (z.B. durch verbesserte Frühwarn-, Risikomanagementsysteme usw.), sondern, als Nahziel, auch die sich aus der aktuellen Krise ergebenden **Wachstumschancen** adäquat wahrnehmen. Denn **in Krisen werden Märkte neu geordnet**.

Mir fallen dazu sofort folgende wichtigen Ansatzpunkte ein:

- **Effizienzsteigerung im Bereich Marketing/Vertrieb,**
- **Innovation,**
- **Personalentwicklung und Führung.**



Die kostenlose Vollversion direkt beim Autor,
→ **Karl-Heinz Schlüter**, SMC Schlüter Management
Consulting, bestellen.
→ **mehr Informationen zum Autor.**

oder über Kennziffer 1

Wo geht die „Reise“
2009 hin?

Weitblick ist
gefragt.

Vorsorge treffen

Wachstums-
chancen realisieren

Marketing/Vertrieb
Innovation
Personalent-
wicklung
Führung

Mehr Infos?

„Greifen“ Sie zu!