

Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

Situationspezifische Leistungsmodulare mit definierter Methodik

- Businessmodel Check , Financial Supply Chain Management -

München, im Januar 2015



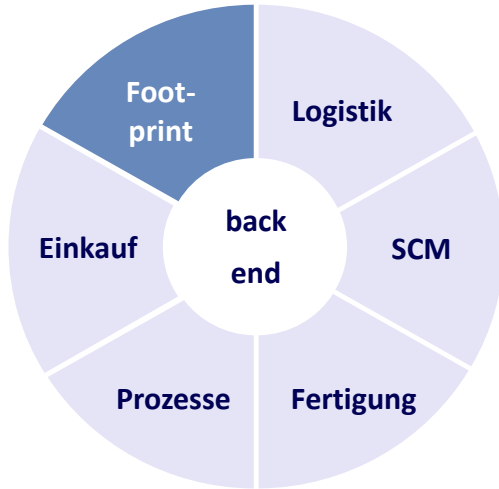
... jenseits des S6 ...

... gibt es noch eine andere Welt!

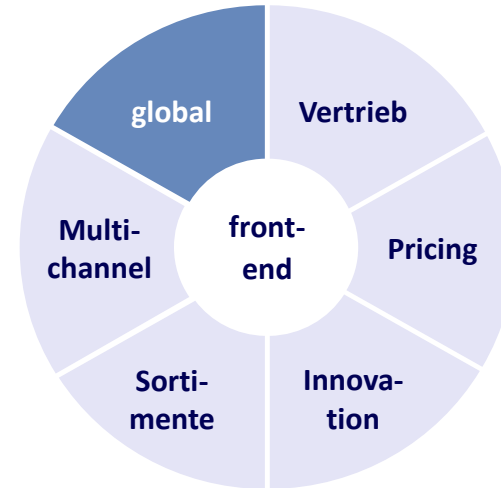


Wir stellen uns die Frage : Ist Sanierung jenseits des S6 ein Bündel von undefinierten Aktivitäten, dass man dann Quick Check, Sanierung light oder auch Planplausibilisierung nennt?

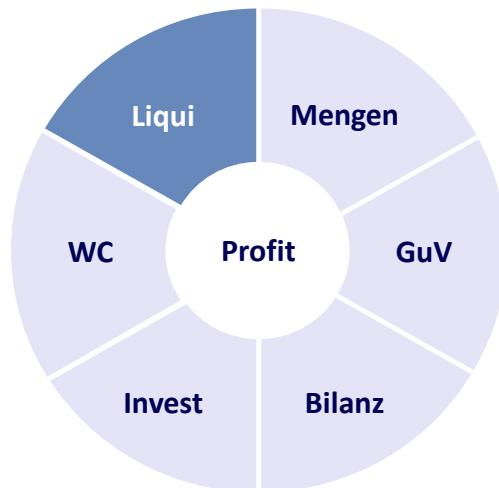
Ein bisschen Operation ...



Ein bisschen Markt...



Ein bisschen Planung ...

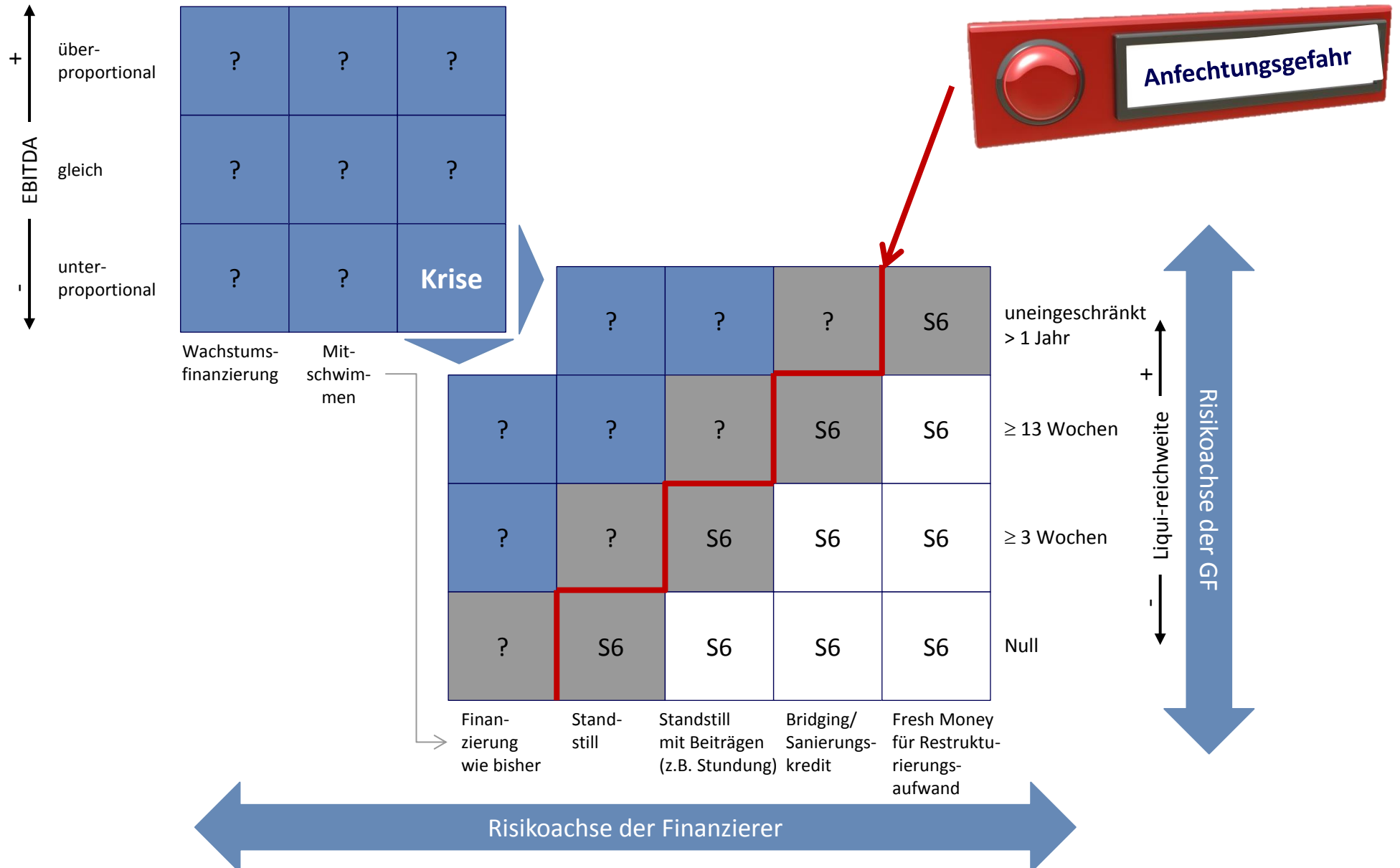


Ein bisschen Liquidität und Finanzierung ...





Was ist eigentlich die Basis für rasche Grundsatzentscheidungen, jenseits der (juristisch) formalen Grenzen?





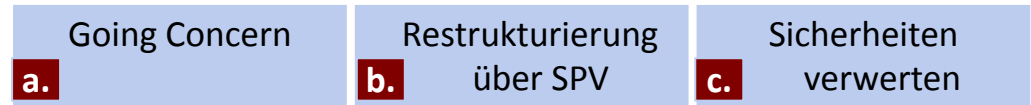
Antwort „Crede“ – Der Glauben an das Geschäftsmodell als zentraler Faktor der Kreditwürdigkeit?



Investment Grade

- Tragfähigkeit, Robustheit, Zukunftsfähigkeit des Geschäftsmodells?
- Stoßrichtungen für die strategische Weiterentwicklung des Geschäftsmodells?
- Synchronisation von Finanzierung und Geschäftsmodell?

Non-Investment Grade



Grundsatzentscheidung für das Engagement





**Lassen Sie uns also einen Ausflug
zu Lösungsansätzen
rund um das Geschäftsmodell machen –**

**und damit aber auch zentrale Fragen zur Kreditwürdigkeit,
bzw. zur Gestaltung von Finanzierung zu beantworten**



Wird die Krise abgeschafft?

2015 - Wachstumsprognosen positiv - Beschäftigung neutral

IT/Telekommunikation	Wachstum 0,6%	Beschäftigung 0,1%	Maschinenbau	Wachstum 2%	Beschäftigung 0%
Automobil	Wachstum 2%	Beschäftigung 0%	Chemie	Wachstum 1%	Beschäftigung 0%
Logistik	Wachstum 2%	Beschäftigung 0%	Medien	Wachstum 1,3%	Beschäftigung 0%
Banken	Wachstum -1%	Beschäftigung -2%	Bau	Wachstum 2%	Beschäftigung 0%
Luftfahrt/Tourismus	Wachstum 2%	Beschäftigung 1%	Pharmal	Wachstum 3%	Beschäftigung 0%
Energie	Wachstum 0%	Beschäftigung -0,5%	Handel	Wachstum 1,6%	Beschäftigung 0%



**Aber Achtung: Digitalisierung-
süße Versuchung oder
tödliche Gefahr?**

**Jeder trägt heute ein vielfaches der Rechenleistung
sämtlicher NASA-Computer der Apollo-Mission in
seiner Hosentasche – zu einem Bruchteil des Preises.**



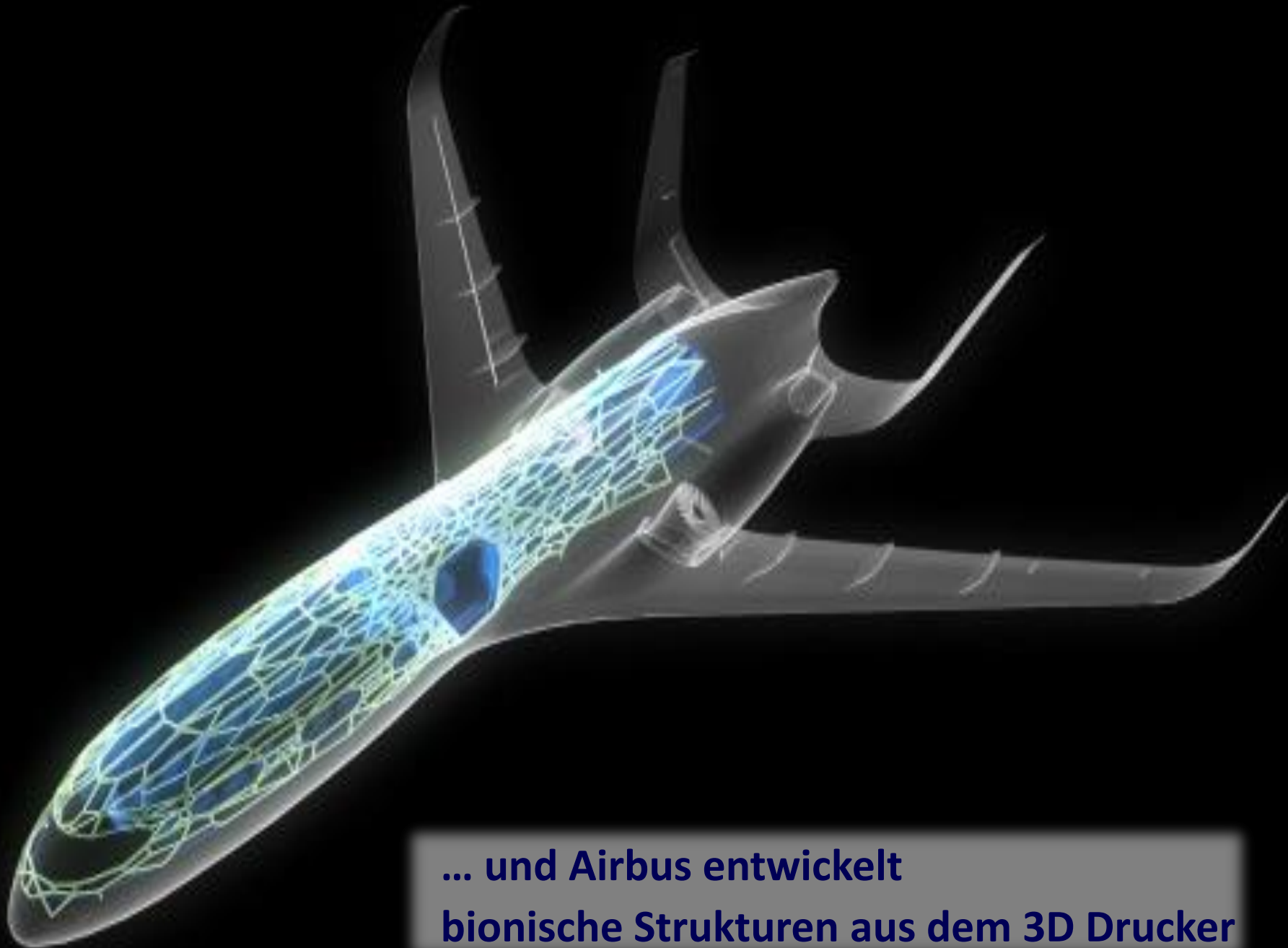
Und was machen wir damit?

**Bilder von uns selbst, SMS und WhatsApp verschicken
oder Spiele wie Angry Birds, Hay Day und Clash of Clans**



Die Nasa hat die Entwicklung eines Nahrungsmitteldruckers beauftragt – Pizza kann er schon. Erster Einsatz: August 2014





**... und Airbus entwickelt
bionische Strukturen aus dem 3D Drucker**

Solar Roadways will ganze Straßenzüge mit Solarzellen ausstatten inkl. Heizelementen und LED-Technik

Eine internationale Forschergruppe hat im Projekt SOLAR-JET zum weltweit ersten Mal Flugzeugtreibstoff aus Sonnenlicht, Wasser und Kohlenstoffdioxid hergestellt



Und Google ist weit fortgeschritten bei der Entwicklung eines selbstfahrenden Autos*.

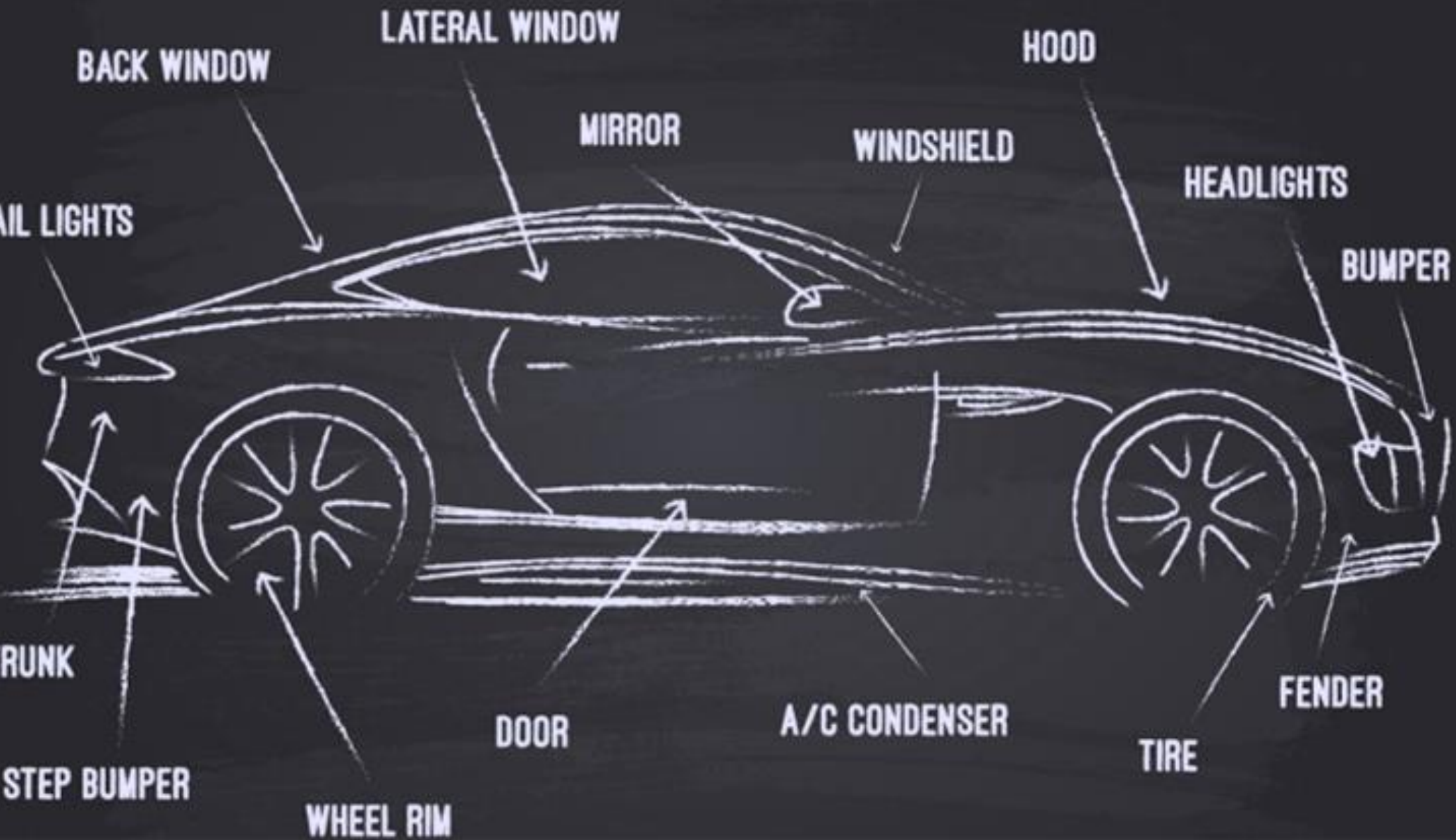


... aber auch die Post baut mit Street Scooter eigene Autos, ganz nach Ihren Bedürfnissen



***150 Autos werden 2015 in Kalifornien für den Straßenverkehr zugelassen – ohne Lenkrad und Pedale- beteiligt: Fahrzeugentwickler Roush zusammen mit Conti, Bosch, ZF Lenksysteme**

© AutoMotorSport 2014




**E-Mobility: Weniger Teile - mehr Fahrspaß – andere (Komponenten-)Hersteller
und die Motorleistung wird per SMART APP individuell gebucht**



**Es gibt übrigens kaum noch Produkte,
die nicht online gekauft werden.**



**Änderungen im
Konsumentenverhalten**



**2013 gab es erstmals mehr Smartphones, Tablets
und Laptops als Menschen auf der Welt.
Heute gibt es ca. 5 mal so viele Handys wie PCs.**



Es gibt mehr Menschen auf der Welt, die ein Smartphone benutzen als eine Zahnbürste!

Ich bin ein
Prosumer!

Ich bin ein
Prosumer!

**Die Konsumenten sind immer stärker miteinander
vernetzt via Facebook, Twitter, Pinterest & Co.**

Ich bin ein
Prosumer!



Der Anteil an Digital Natives steigt an

„For my Baby, a Magazine is an iPad that does not work!“



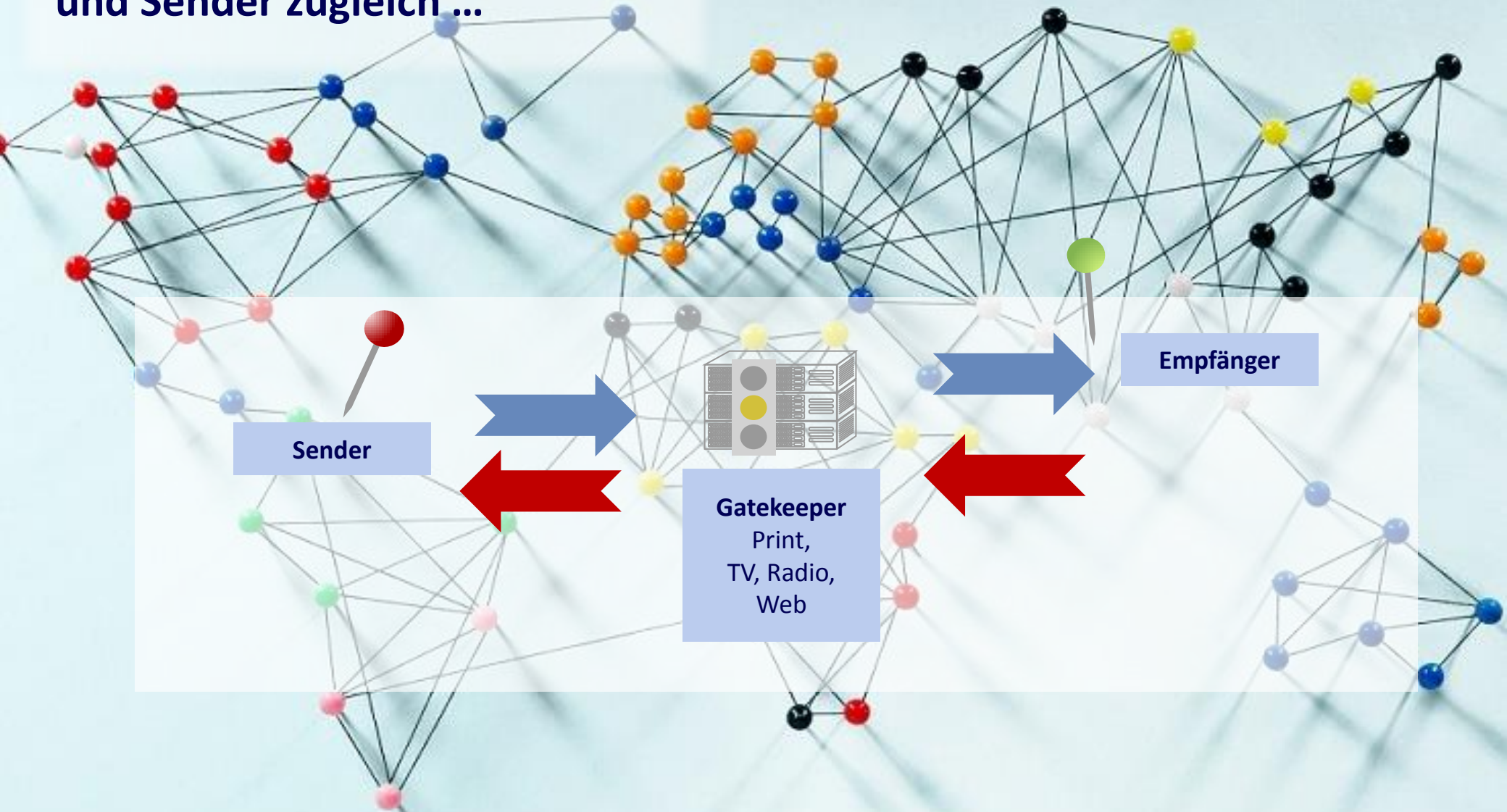


Carsharing

**Leihen, Teilen, Mieten wird „sexy“ –
die neue Sharing Economy**

**Neue Erlösmodelle auch bei Ausstattern
und Industriegütern**

Heute ist der Kunde Empfänger und Sender zugleich ...



**... morgen gibt es vernetzte Echtzeit-Kommunikation
im mobilen, sozialen Web und dem Internet der Dinge ...**



**... mit mehr Sensorik, elektronischen Antrieben, Softwarelösung (App)
und nicht zu vergessen die gesamten dynamischen Daten (Big Data)**

A hand is shown in the foreground, reaching out towards a background of a grid of blue-tinted images. The images in the grid depict various digital devices and interfaces, including a laptop, a smartphone, and a tablet. The overall scene is set against a bright, glowing light source, creating a sense of depth and focus on the hand and the digital elements.

Digitalisierung treibt Geschäftsmodelle, weil...

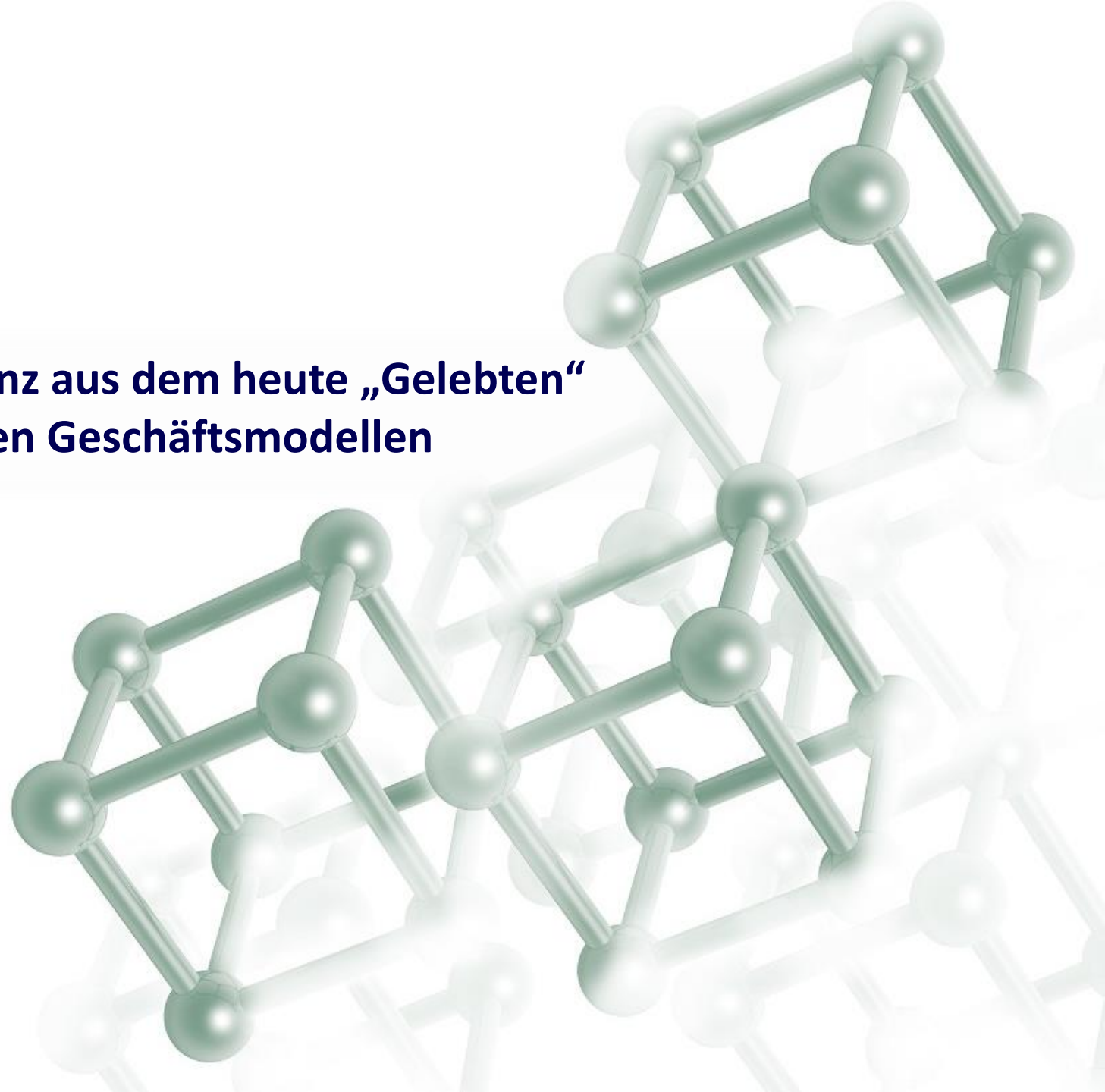
**...Technologien, Lieferanten
und Kunden zusammenwachsen**

**...Neue Märkte mit neuen
Bedürfnissen und Anforderungen
entstehen**

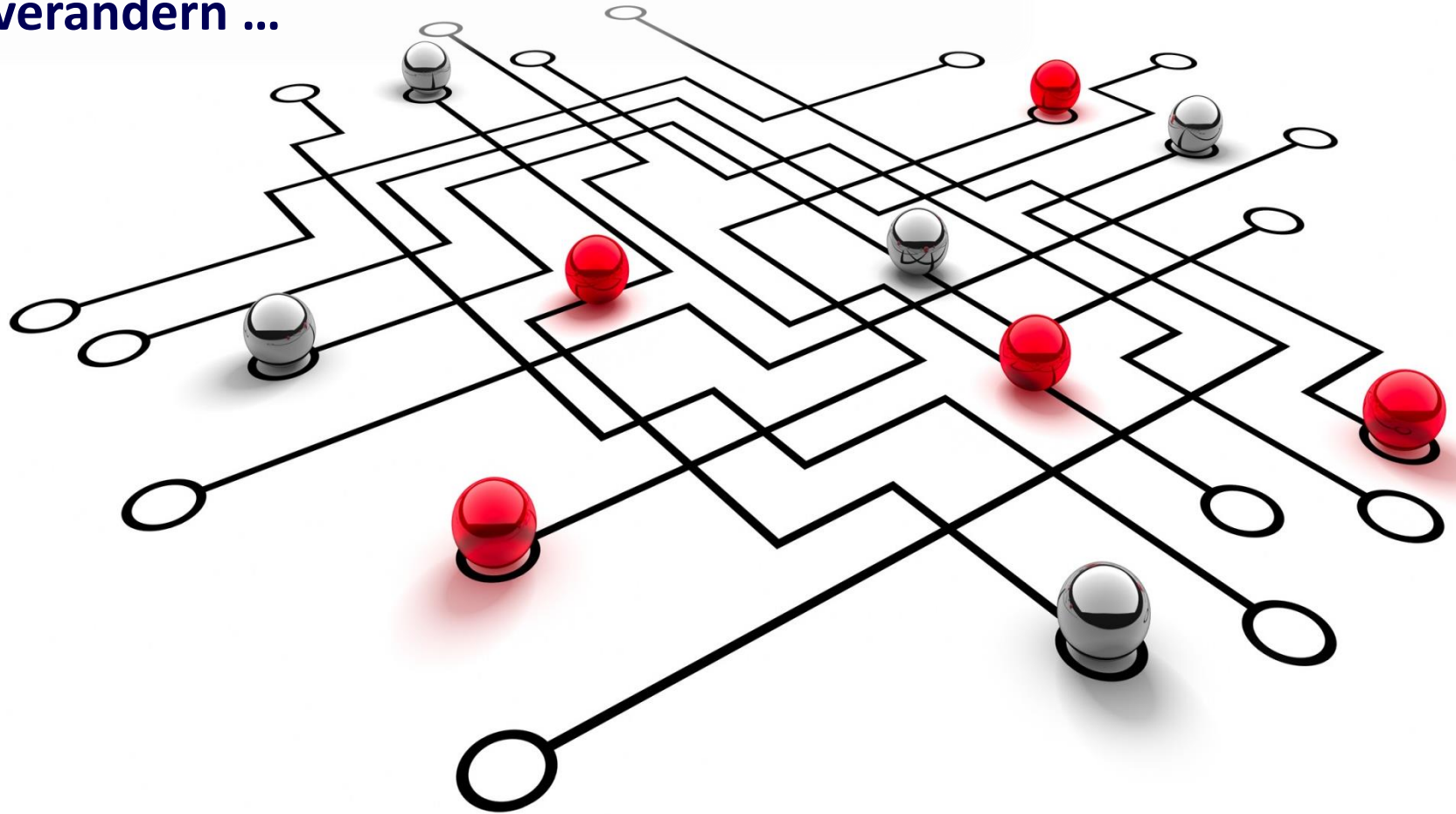


Warten Sie nicht auf das Next Big Thing...

**... denn die Konvergenz aus dem heute „Gelebten“
führt morgen zu neuen Geschäftsmodellen**



Netzwerke verändern ...



**... Geschäftsmodelle und das ständig zu jeder Zeit und an jedem Ort,
weil sie Ideen, Bedürfnisse und Lösungen zusammenbringen
und das zunehmend in Echtzeit**



Jetzt Mitglied werden

Alle Inhalte durchsuchen



Views: desktop mobile print

STANDARDS PARTICIPATE MEMBERSHIP ABOUT W3C

- Projekte
- Forum
- Wissen
- Produkttests
- Mitglieder
- Gruppen

Wir suchen Produkttester für das Wandbearbeitungssystem PWR 180 CE!

Bewerbt euch jetzt und testet das neue Wandbearbeitungssystem für Renovierung, Um- und Ausbau!

Produkttester



- W3C
- Standards
- Participate
- Membership
- About W3C
- Member Home

ABOUT W3C

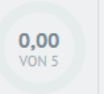
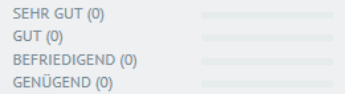
The World Wide Web Consortium (W3C) is an international community where Member organizations, a full-time staff, and the public work together to develop Web standards. Led by Web inventor Tim Berners-Lee and CEO Jeffrey Jaffe, W3C's mission is to lead the Web to its full potential. [Contact W3C](#) for more information.

- W3C Mission**
 - Principles, vision, ... **Open Business Plattformen**
- Facts About W3C**
 - People, organization, revenues, process, patent policy, history, ...
- Press and Analysts**
 - Press releases, requests for photos and interviews, ...
- Sponsorship and Donations**
 - Support for W3C operations, validator service, ...
- Jobs and Fellowships**

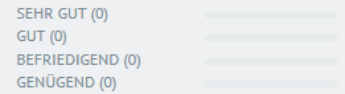
Mitarbeiter sagen



Bewerber sagen



http://www.w3.org/



Arbeitgeberattraktivität

- Vorgesetztenverhalten
- Interessante Aufgaben
- Kommunikation
- Work-Life-Balance
- Umgang mit Kollegen 45+
- Gehalt und Benefits
- Image



- Kollegenzusammenhalt
- Arbeitsatmosphäre
- Arbeitsbedingungen (Räume, ...)
- Gleichberechtigung
- Karriere / Weiterbildung
- Umwelt- / Sozialbewusstsein

Innovationsplattformen

DELL Shop Support Community

Search
 Dell Inc. IdeaStorm

IdeaStorm can help take your idea and turn it into reality. **SUBMIT YOUR IDEA**

OVER 25,196 IDEAS SUBMITTED. 748,943+ VOTES. 102,135+ COMMENTS. 549+ IDEAS IMPLEMENTED.

IDEAS STORM SESSIONS SUBMIT YOUR IDEA

Member Login Join IdeaStorm

Featured

Incorporate web cams in monitors

Posted by: slugbug

How about building webcams into Dell's line of LCD monitors. Status Update: This idea has been pa ... [Learn More](#)

50 Votes | 9 Comments



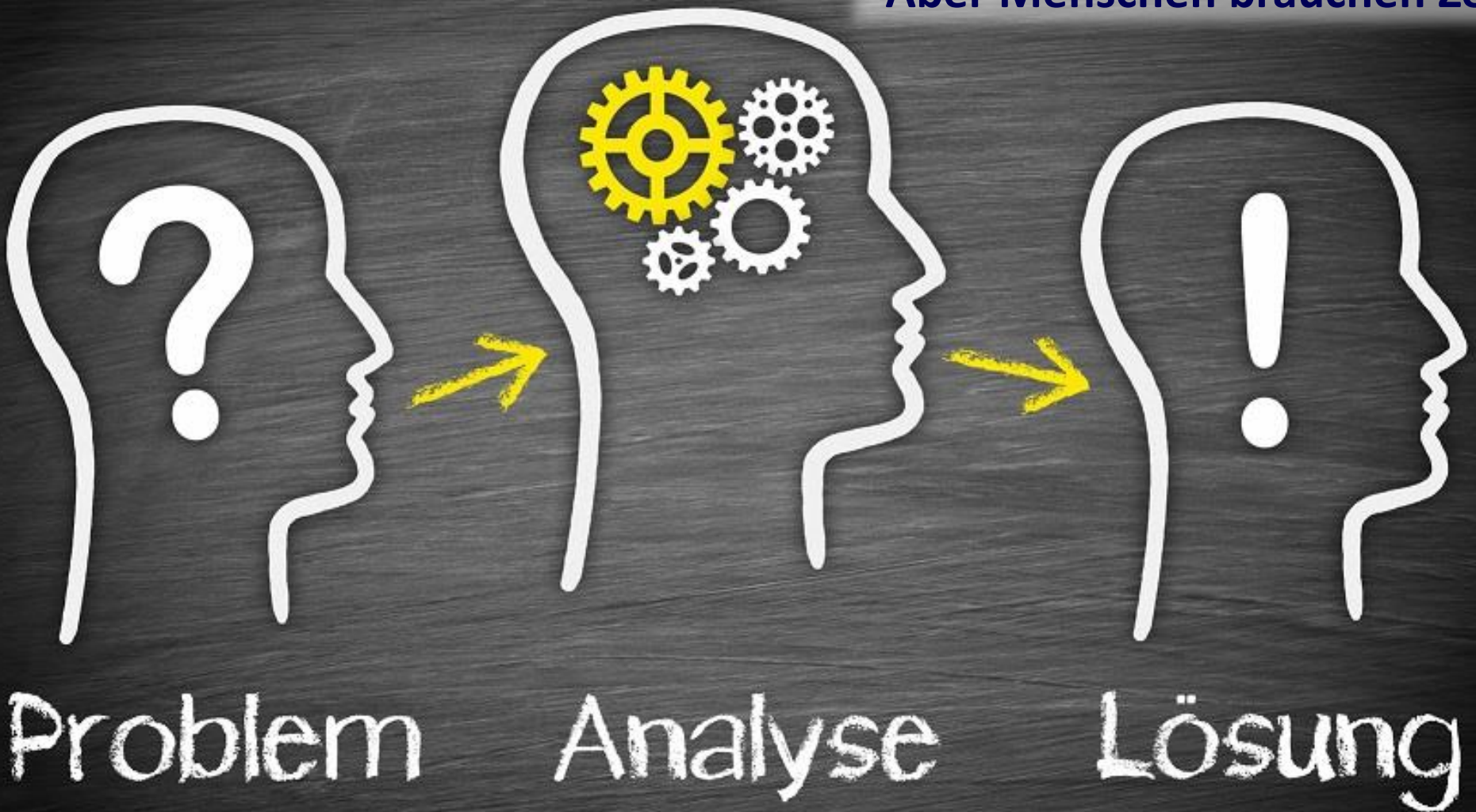
Top Recent Contributors

- winooffice**
8024 Points
108 Ideas
1175 Votes
Last Activity : Dec 22, 2014
- yesmathew**
7944 Points
15 Ideas
215 Votes
Last Activity : Sep 22, 2014

Plattformen führen zur Temposteigerung

Recent Ideas [Explore More](#) Trending Ideas [Explore More](#)

Aber Menschen brauchen Zeit



Jahr 1

Verständnis und Bereitschaft
(auch Wissen zu teilen)

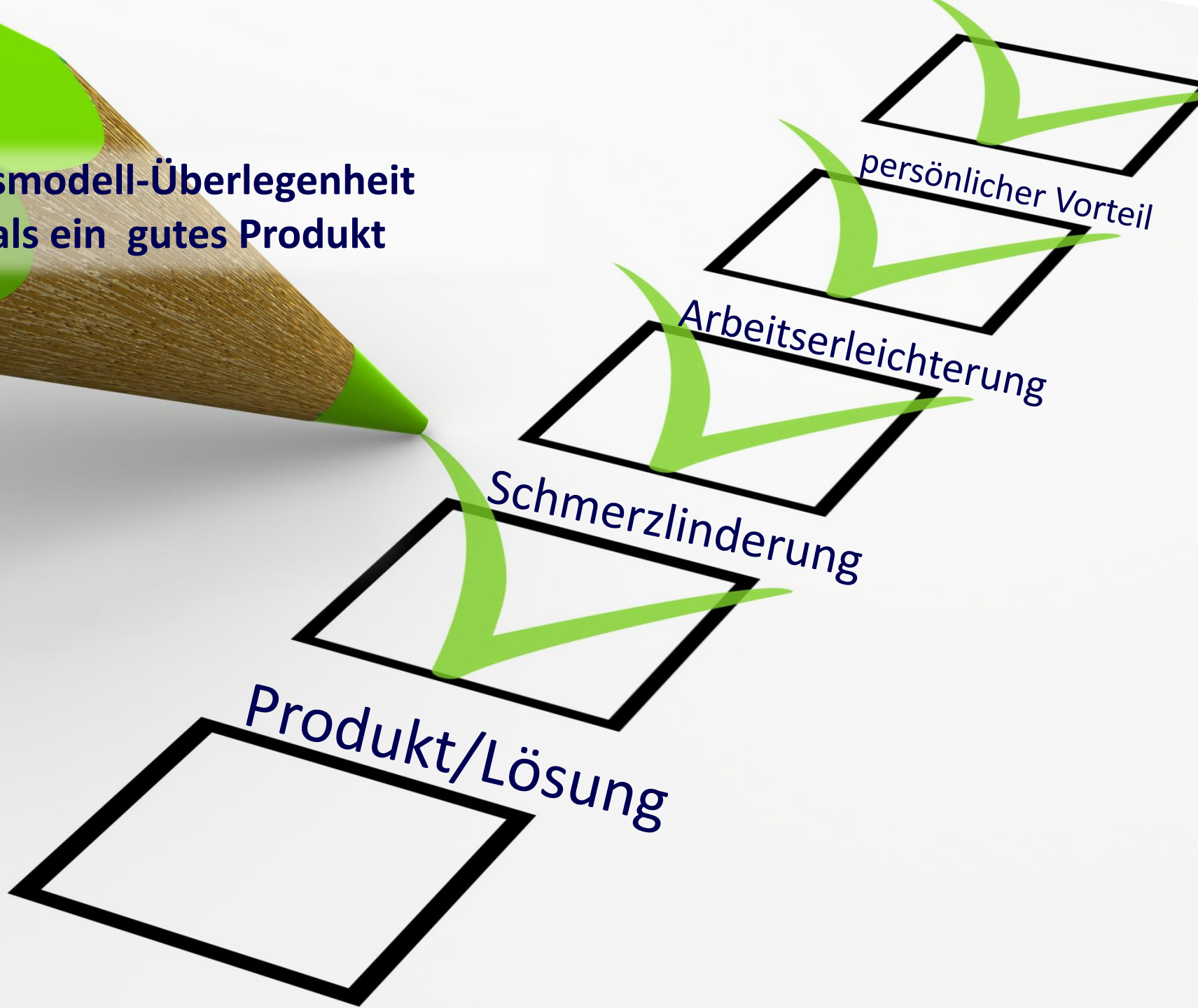
Jahr 2

eigene Organisation fit machen
(es dann wirklich zu teilen)

Jahr 3

Fähigkeit im Markt zu agieren
(aus dem Teilen zu profitieren)

**Geschäftsmodell-Überlegenheit
ist mehr als ein gutes Produkt**



Nachgedacht:

Was finanzieren Sie zukünftig?

- Analoges wie
 - Maschinen
 - IT-Infrastruktur
 - Material
- oder auch
- Digitales wie
 - Wissen
 - Urheberrechte
 - soziale Netzwerke
 - Datenmengen





Financial Supply Chain
Management (FSCM)

Business Model Check
(BMC)

Kreditwürdigkeit

Zwei Produkte vor dem Hintergrund der GM-Diskussion



Was ist überhaupt ein Geschäftsmodell? – Es besteht aus verschiedenen Elementen, die man einzeln konfiguriert – besser noch deren Wirkzusammenhänge man optimiert

Geschäftsmodell-Elemente

Führung & Kapital:

Kultur (in Sanierungsfällen häufig: Unverbindlichkeit), Vision oder Rentabilitätsziele

Kundensegmente:

Segmente, die ähnliche Wertschöpfungsarten, Technologien, Kundengruppen sowie Geschäftsarten umfassen, Umsatz machen und klar abgrenzbar sind

Kundenbeziehung:

Dynamik der Kundenakquise, -pflege, Art des Kontakts (persönlich, Selbstbedienung, automatisiert, Key Account, Community, Beteiligung) sowie vertragliche Gestaltung

Erlösmodell:

Verkauf, Nutzung, Verleih, Miete, Leasing, Lizenzen, Abo, Provision, Pricingelemente wie Festpreise, Zeitkontrakte, variable Preise durch Verhandlung, Kontingente, Notierung, Auktion

Vertriebskanal:

Der Weg zum Kunden über AD/VID, Internet, Filiale, Franchise sowie GH mittels Vertriebstrichter oder Kaufentscheidungsprozess (Bekanntheit, relevant set, Kauf, Loyalität)

Wert- bzw. Leistungsangebot:

Produkte und Dienstleistung, die Innovation, Leistungsniveau, Custommade, Service, Design, Marke, Preisniveau, Verfügbarkeit, Kostensenkung, Risikominderung sowie Anwenderorientierung versprechen

Schlüsselressourcen:

Wesentliche Wirtschaftsgüter und Kernkompetenzen wie Anlagevermögen, Know-how, (IP), Fertigkeiten und Fähigkeiten der Menschen im Unternehmen

Schlüsselprozesse:

Organisation der Arbeitsprozesse bzw. Wertschöpfung wie Beschaffung, Vertrieb, Auftragsmanagement, Produktion oder Handel, Entwicklung, sonstige Problemlösungen oder Plattformen

Schlüsselpartner:

Beziehung und Auswahl von Lieferanten und Partnern mit Lieferantenbeziehung bzw. Allianzen, Joint Ventures, Kooperationen, Lizenzgeber sowie Beratung

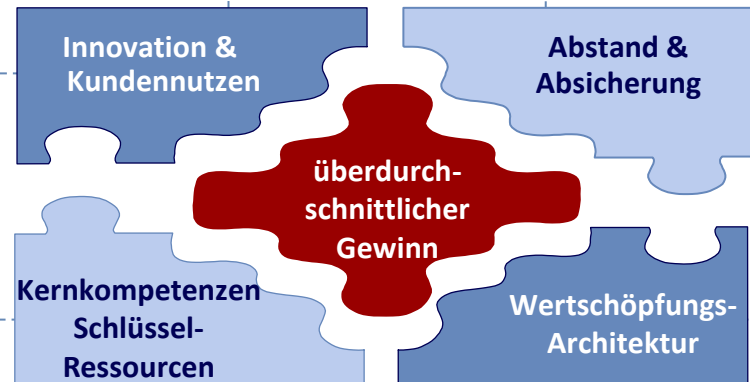
Finanzierung:

Mittelherkunft und GM-adäquate Finanzierung

Geschäftsmodell-Konfiguration

besser als andere

anders als andere



intelligenter als andere

effizienter als andere

Unter diesen Ausprägungen werden nun die GM-Elemente miteinander zu Teil-Modellen konfiguriert



Es gibt bereits erprobte und synchronisierte Wirkzusammenhänge – diese Typisierungen am front-end und back-end bündeln verschieden GM-Elemente ...



... sie spiegeln aber auch ein Verhalten und Denkweise wider! Sie erleichtern eine schnelle Kategorisierung bei der Risikofrüherkennung!



Beispiele für Geschäftsmodell-Typen oder auch (gelebte) Handlungsmuster und deren Kombination

Wertangebotorientiert Frontend)

- Trash to cash, - Verwertung von vermeintlich nicht werthaltigen Dingen (Altholz, Reifen,...)
- Supermarkt bietet Vielfalt
- White Label (Foxconn) oder Solution Provider wie Tetra Pack
- **Garantierte Verfügbarkeit mit Service, Erreichbarkeit und Ersatzteil**
- Mass Customizing (individualisiert Produkte für die Masse wie Dell)
- Lock Inn (einmal gefangen,...)
- Make more of it,
- Lock in, Lizenzen, Razor and Blade
- Digitalisierung,
- Broker, Advertising, Trust Model

Marktorientiert (frontend)

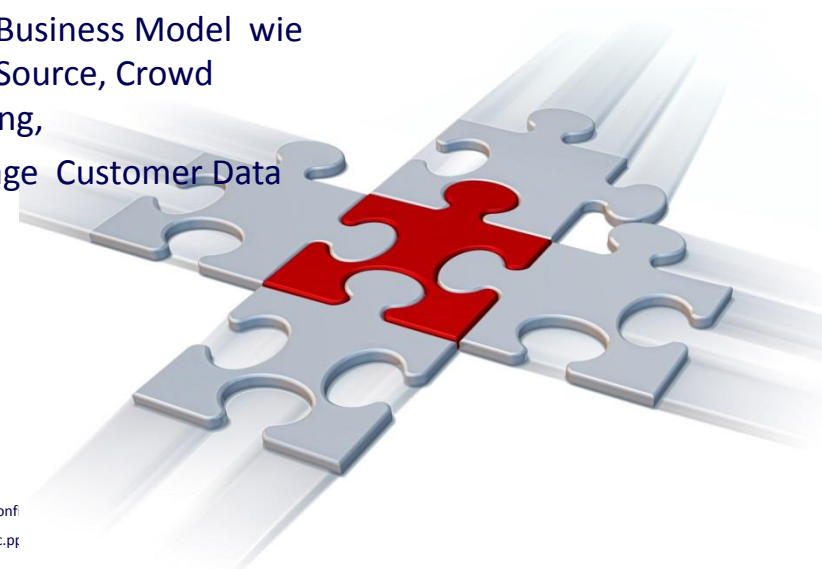
- Ultimate Luxury,
- Multi-sided Market, Hidden Revenue, Free, Robin Hood
- Target the Poor (Massengeschäft)
- **Abo oder Wartung, Flatrate**
- Leihen, Pay per Use, Barter,
- Ingredient Branding (Intel),
- Franchising,, Sharing,
- E-Commerce, Shop in Shop
- Direktgeschäft, Experience Selling, Cross Selling,
- Auction,
- Add on,
- Peer to Peer, oder Affiliation

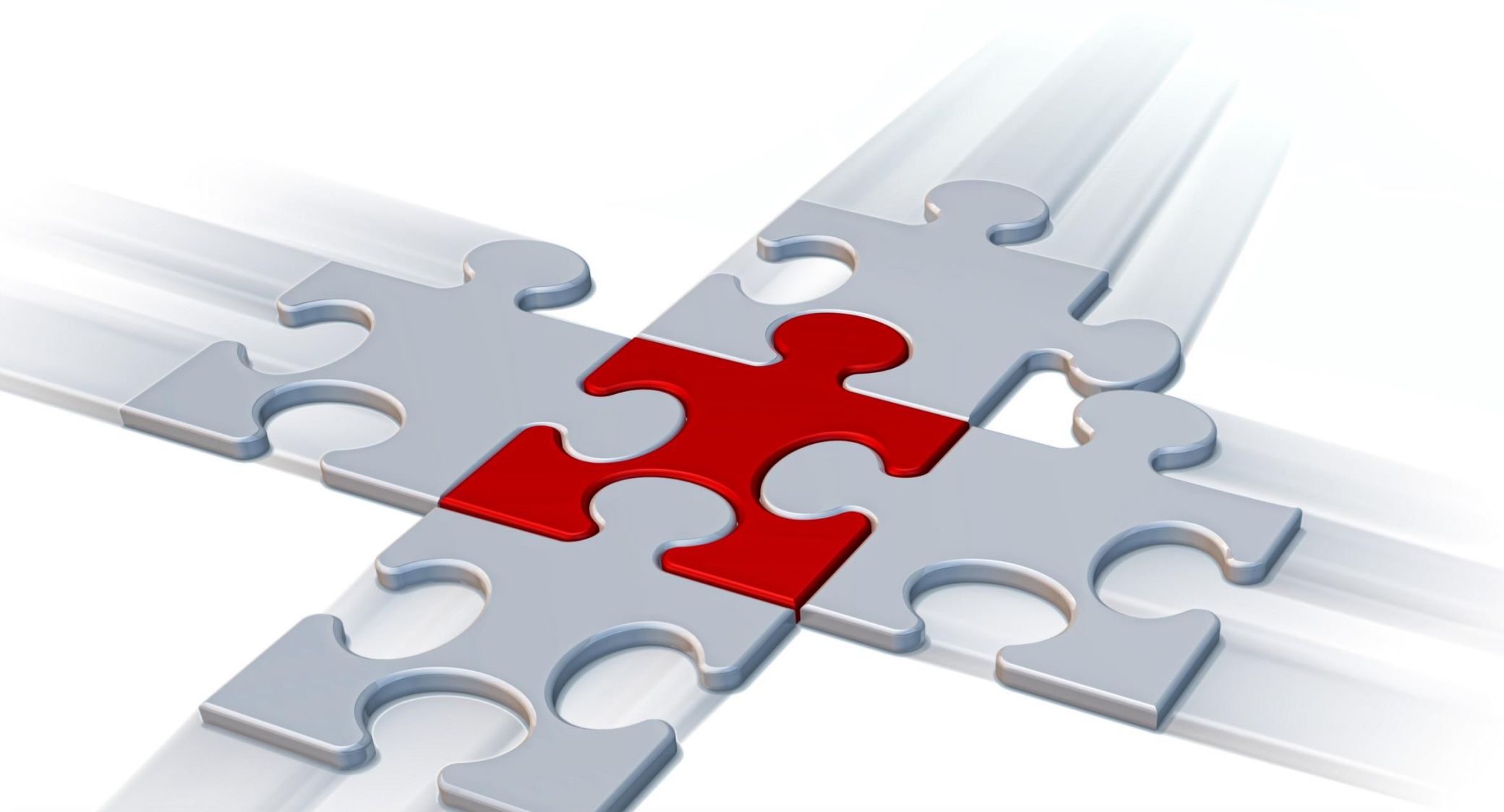
Wertschöpfungsorientiert (backend)

- **Layer Player (Spezialist),**
- Orchestrator
- Integrator mit Push to Pull
- User Designed (Kunde ist Erfinder-Apps oder Bücher) mit Revenue Sharing
- Self Service,
- Long Tail,
- Performed Based Contracting
- Open Business Model wie Open Source, Crowd Sourcing,
- Leverage Customer Data

Finanzierungsorientiert (backend)

- **Crowd Funding,**
- **Cash Machine**

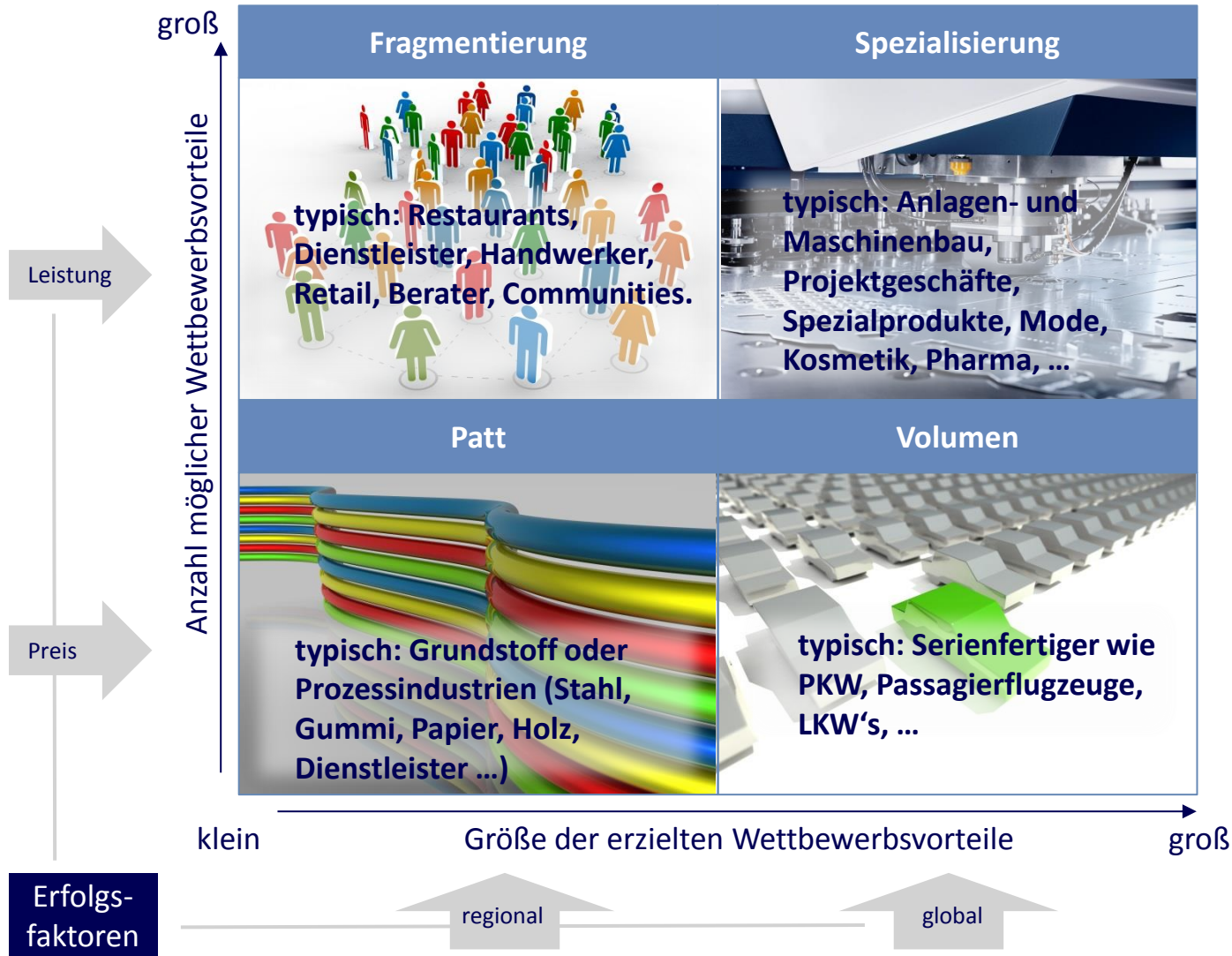




Der Transfer, der Mut, das Probieren (Evolution) und insbesondere das Schaffen von sozialen Rahmenbedingungen sind die Grundlage, von Geschäftsmodell-Innovationen.



Aber wie bewertet man ein Geschäftsmodell? Die Mechanik der Branche bestimmt die strategischen Freiheitsgrade eines Geschäftsmodells



Ein Arbeiten gegen die Mechanik ist wie das Schwimmen gegen den Strom...

... es zehrt die Ressourcen auf



Branchenmechanik und Geschäftsmodell müssen synchron laufen und die richtigen (sprich: wirksamen) Hebel müssen bewegt werden

Die Anforderungen der Branchenmechanik....

Fragmentierung	Spezialisierung
<ul style="list-style-type: none">• Kundenorientierung• Lieferstärke• Marktnähe• Flexibilität• Kundenbindung („Wir-Gefühl“) <p>⇒ Regionalisierung</p>	<ul style="list-style-type: none">• Marktsegmentierung• Produktqualität• Produktinnovation• Sortimentstiefe• Kommunikation• Problemlösung <p>⇒ Leistungsdifferenz.</p>
Pattsituation	Volumengeschäft
<ul style="list-style-type: none">• verbrauchsgetrieben (RHB Kosten/Verbrauch/Ausbeute, Auslastung, max. OEE)• niedrige zeitabh. Kosten (Gemeinkosten)• schnelle, kosteng. Distribution• strategische Überlegenheit <p>⇒ Operative Effizienz</p>	<ul style="list-style-type: none">• Kostendegression durch Menge/Erfahrung• prozessorientierte Produktentwicklung• modernste Produktionstechnik <p>⇒ Kostenführung</p>

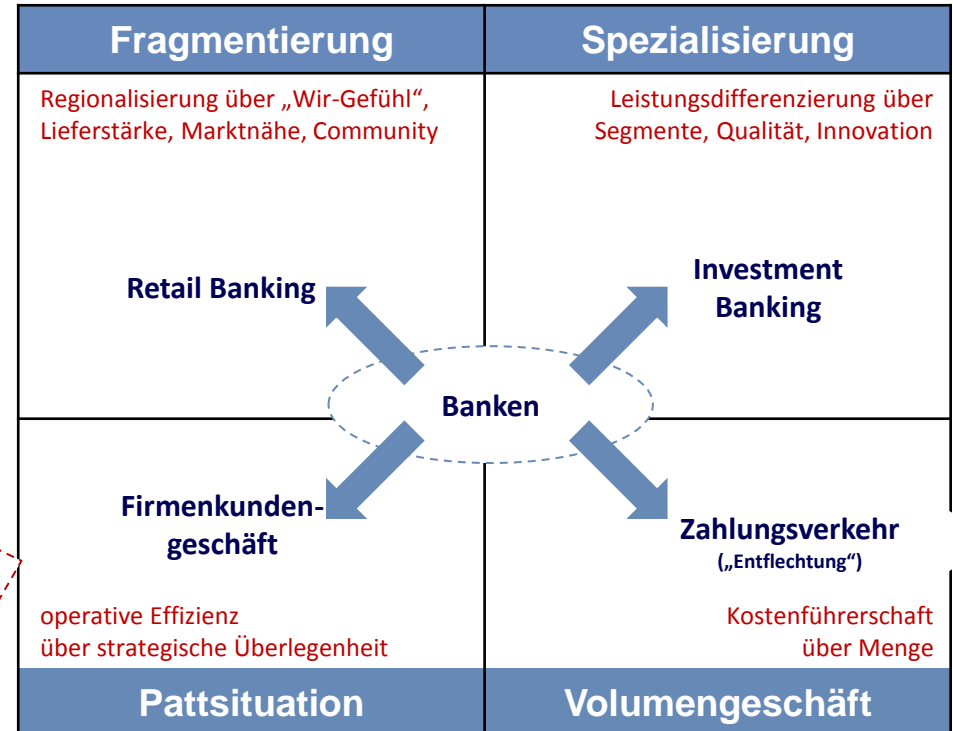
... passt nicht zum Geschäftsmodell – typische Krisenursachen

- Unternehmen treten in **verschiedenen Segmenten** an, häufig wissen Sie es nicht – die Organisation ist mit der Vielzahl an Anforderungen überfordert!
- **Märkte verändern** sich und Unternehmen leben noch in der alten Welt
 - Digitalisierung schreitet voran und verändert die Spielregeln und Märkte,
 - Regulatorische Eingriffe beschleunigen oder bremsen die Entwicklungen (EEG)
- **Märkte oder Marktvolumen verschwinden** durch technologische Lösungen (Phänomen der Category Killer durch die Digitalisierung)
- Die **Wertschöpfungsarchitektur passt nicht** mehr zur Branchenmechanik (Inselfertigung als Spezialist vs. Fließfertigung als Volumenanbieter)
- Das **Management ist sich über seine Positionierung nicht im Klaren** und schwimmt mit Hochglanzbroschüren gegen den Strom
- Wesentliche **Schlüsselpartner und deren Spiel werden nicht erkannt** (insbesondere angrenzende Wertschöpfungsstufen)



So könnte die Einordnung der Bankenwelt aussehen - mehrere Geschäftsmodelle unter einem Dach, jedes mit eigenem Wettbewerb

- Der regulatorische Eingriff treibt Banken in den Gleichlauf zu Firmenkunden mit guten Bonitäten oder vermögenden Privatkunden – die Folge harter Preiskampf
- Zinsniveau, flache Zinsstrukturkurve, eingeschränkte Zinstransformation führen zu geringen Margen
- Damit müssen die Kosten runter – Digitalisierung, Prozessoptimierung, Zentralisierung sind die Folge – der Mensch wird durch die Maschine ersetzt
- Es gibt beim Kreditvertrag keine Stückkostenvorteile durch Volumensteigerung, dies bedeutet eine flache segmentspezifische Kurve
- Produkte helfen zu standardisieren, sie differenzieren aber nur bedingt – die Marke bildet den strategischen Vorteil



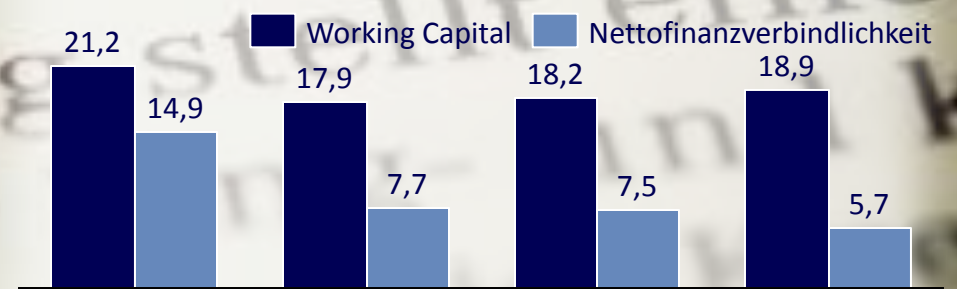
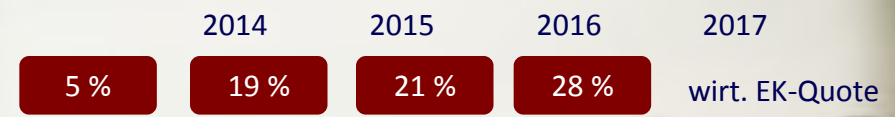
Financial Supply Chain
Management (FSCM)

Business Model Check
(BMC)



Kreditwürdigkeit

vor dem Hintergrund der GM-Diskussion



Widerherstellung der Refinanzierungsfähigkeit – Eigenkapital und Verschuldungsgrad müssen passen



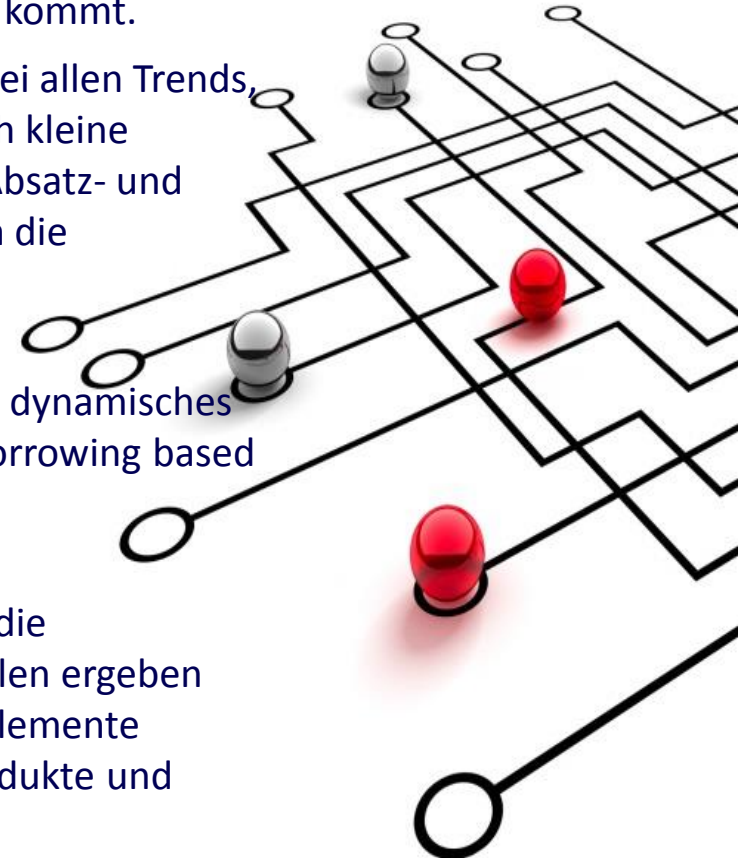
Jede Mechanik erfordert damit auch spezifische Finanzierungs- und Investitionserfordernisse





Die Vernetzung der Wertschöpfung treibt die Volatilität in der Branchenwertkette

- Die Unternehmen reagieren darauf durch **Flexibilitätsprogramme** hinsichtlich z.B. Arbeitszeit und Kapazität sowie durch „Frühwarnsysteme“ zur Erkennung der nächsten Welle – egal ob sie von Kunden- oder von Lieferantenseite kommt.
- Der zweite Treiber ist die **Globalisierung** der Wertschöpfung – wie bei allen Trends, wenn nichts mehr in der Presse steht, kommt die Realität – also auch kleine Unternehmen haben zunehmend komplexe globale Beschaffungs-/Absatz- und Wertschöpfungsstrukturen – mit entsprechenden Anforderungen an die Finanzierung.
- **Und was macht die Finanzierung?**
Corporate Finanzierung – ausgehend von Bilanzkennzahlen, einziges dynamisches Element ist der Blick auf Cashflow bzw. EBITDA und Elemente wie borrowing based Betriebsmittel Linien.
- **Wo liegt die Lücke?**
Die Finanzierungstreiber werden nicht ausreichend betrachtet, d.h. die Finanzierungsanforderungen, die sich aus speziellen Geschäftsvorfällen ergeben und zwar nicht nur hinsichtlich Liquidität sondern hinsichtlich aller Elemente entlang der gesamten Supply Chain bis hin zur Sicherung der Vorprodukte und Rohstoffe (und der entsprechenden Währungen).
- **Die eher statische Sicht, die sich aus Finanzplanung und Bilanz ergibt, muss also zunehmend einer dynamischen Sicht weichen, die auch „off balance“ Elemente umfasst.**





Stufenkonzept des Financial Supply Chain Management

W&P

1. Analyse Geschäftsmodell
(Segmentierung nach Homogenität des Finanzierungsbedarfs der Geschäftsvorfälle)

2. Identifikation der Finanzierungstreiber

3. Ableitung von Finanzierungsbedarf und Risikoabschätzung (Szenariorechnung)
(Volumen, Zeit, Art, Konditionen)

4. Entwicklung der Kombinationen von Finanzierungsformen

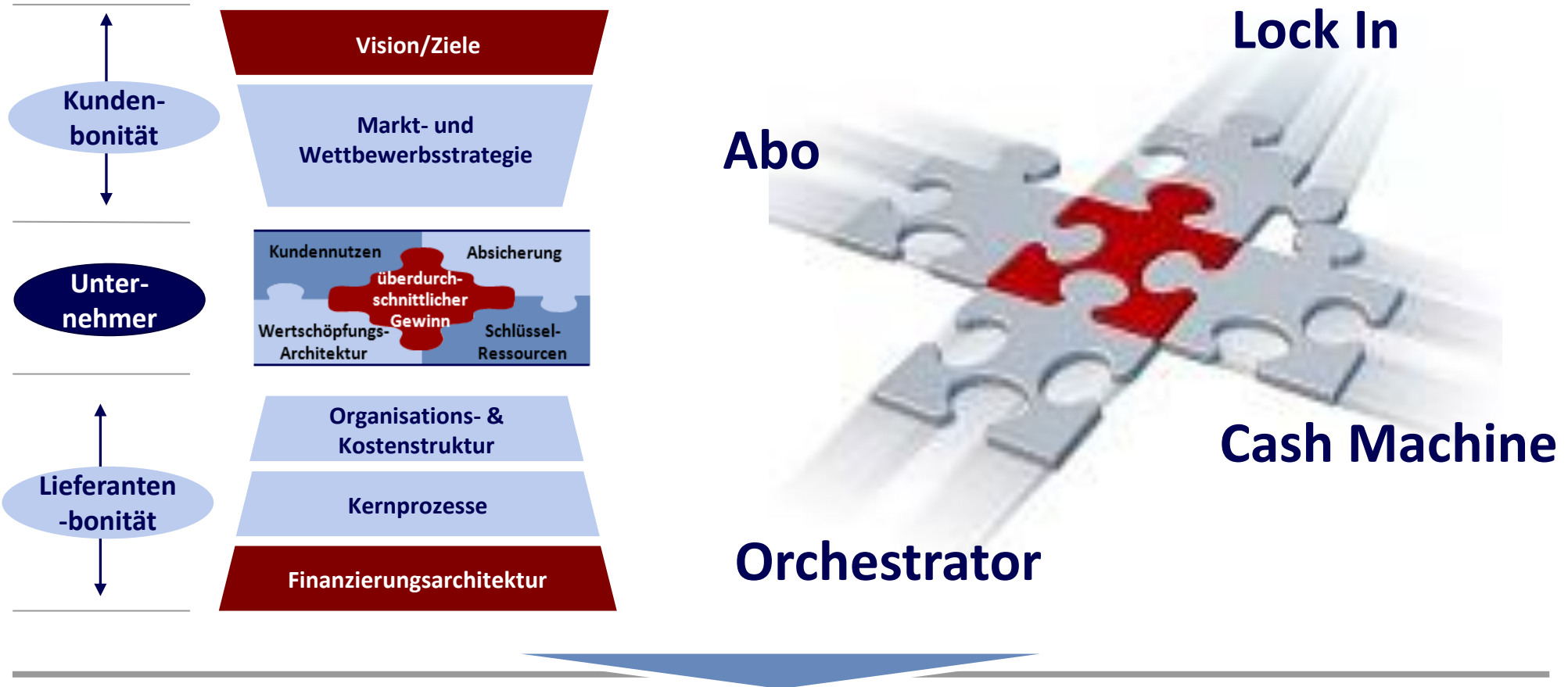
5. Finanzierungskonzept

Finanzierungspartner

Zielsetzung ist eine ganzheitliche Sichtweise, weg von heterogenen Einzellösungen.



Zunächst: Analyse und Segmentierung des Geschäftsmodells- Welche GM-Typen sind zu identifizieren? Welche (Innen-) Finanzierungshebel?

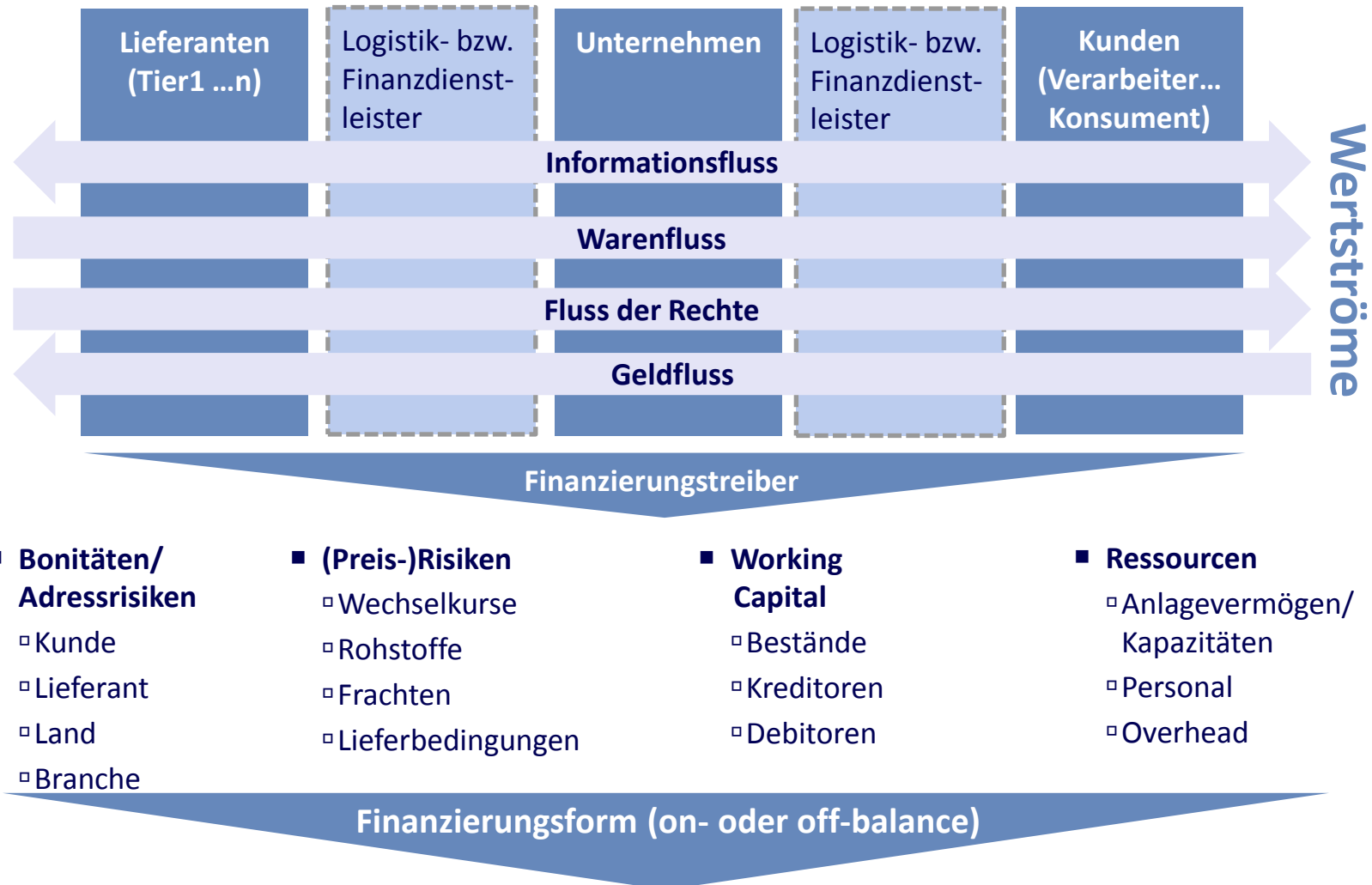


Diesen Kunden werden möglicherweise Ihre Kollegen vom Investment Banking betreuen!



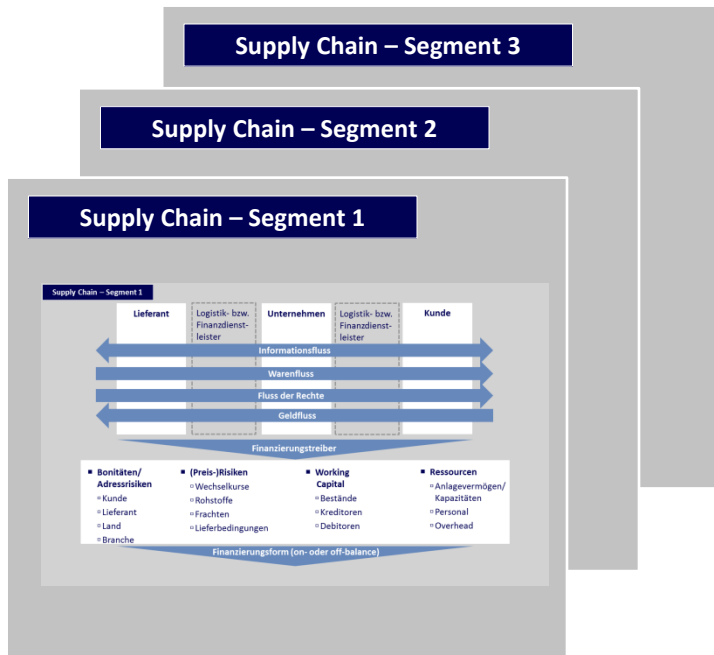
Ermittlung der Finanzierungstreiber innerhalb der identifizierten Segmente anhand der Wertströme

Supply Chain – Segment 1

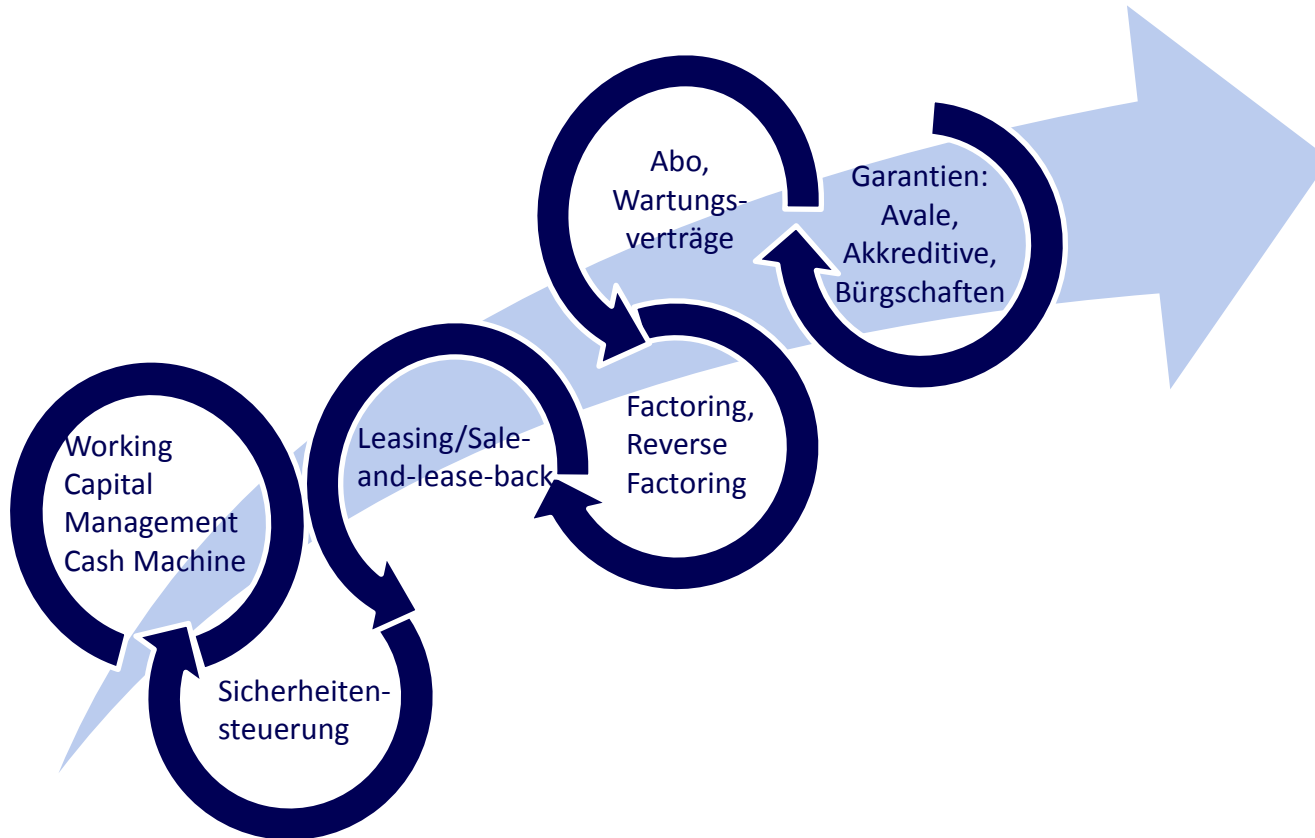




Überführung der Finanzierungstreiber in eine Entscheidungsmatrix und Abbildung im integrierten Planungstool



Finanzierungsbedarf	Segmente der Geschäftsvorfälle				Bedarf Summe
	Segment 1	Segment 2	Segment 3	Segment n	
0. Umsatz	Finanzierungsbedarf und Risikoabschätzung (Szenariorechnung) (Einbeziehung von Volumen, Zeit, Art, Konditionen)				
1. Risikoabsicherung					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Währung ▪ Rohstoffe ▪ Frachtraten ▪ ... 					
2. Garantien					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Anzahlung ▪ Vertragserfüllung ▪ Gewährleistung 					
3. Bonitäten					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kunde ▪ Lieferant ▪ Land 					
4. Finanzierung					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Debitoren ▪ Bestände ▪ ... 					
5. Strukturen					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kapazitäten ▪ Overhead ▪ Standorte 					
6. Gebühren					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zins 					

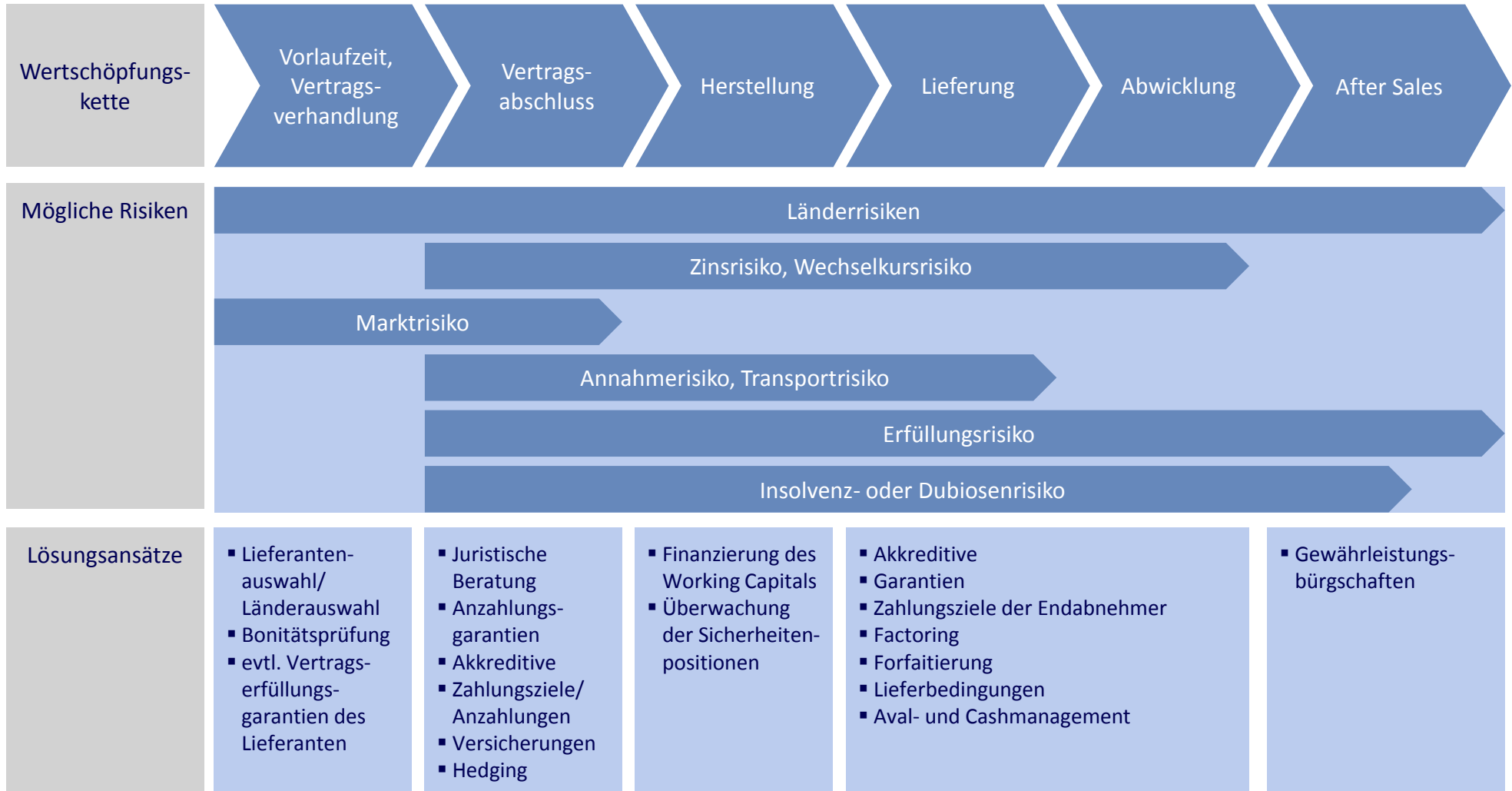


homogenes Finanzierungskonzept

- Integration der Finanzierungsarchitektur in die Geschäftsmodelldiskussion
- Ist-Bewertung: Identifikation möglicher Unausgewogenheiten zwischen den Anforderungen an die Finanzierung und dem Risikomanagement und deren Ausprägung
- Soll-Betrachtung: Ableitung der notwendigen Anpassungen, wenn das Geschäftsmodell insgesamt tragfähig, robust und zukunftsfähig sein soll



Praxisbeispiel: Sortimenter mit langen Vorlaufzeiten (Anzahlungslaufzeit bis zu 270 Tage) – Risikostrategien und Handlungsoptionen





Mit dem FSCM Ansatz kann die Refinanzierung erst wirklich zukunftsorientiert gestaltet werden

- Sind die wesentlichen Ziele eines Sanierungskonzepts erreicht und die entsprechenden Maßnahmen umgesetzt, hat sich das Unternehmen wieder „freigeschwommen“ – es hat aber auch an Substanz verloren.
- Die Refinanzierung als Basis für den „Start aus der Restrukturierung“ darf sicher nicht euphorisch sein – muss aber maßgenau zum „neuen“ Geschäftsmodell und seinen Geschäftsvorfällen passen.
- Entscheidend für Zukunftsfähigkeit und Robustheit sind:
 - das gezielte Nutzbarmachen von Chancen (durch z.B. der Finanzierung von Beschaffungsalternativen)
 - Die Absicherung gegen Risiken (die das Unternehmen aufgrund seines Substanzverlustes nicht selbst tragen kann)
 - Ausreichende Reagibilität der Finanzierungsstruktur an ein sich veränderndes Mix der Geschäftsvorfälle und ihrer Volumina.
- **FSCM ist also kein Finanzierungsinstrument der Phase 1, und damit kein Instrument für den Sanierungskredit, sondern die Startbasis für das Unternehmen in eine eigenständige stabile und robuste Zukunft.**

... damit das Unternehmen optimal durchstarten kann.

Financial Supply Chain
Management (FSCM)

Business Model Check
(BMC)

MP3 News
Poke
Smartphone
Net Generation
Community
Follow
Buzz
Site
Gen Video Like
Y +1
Tactil
Smartphone
Avatar New
lolgeek
Retweet
Tactile tablet
Blogging
MP3
Reply Pic
Digital N
Celebrity

Like Timeline
+1 Yers
Viral
lol
Tweet Message
Avatar
Tablet

+1

Kreditwürdigkeit

vor dem Hintergrund der GM-Diskussion



Unsere Zielstellung: Der W&P Business Modell Check sichert Kreditentscheidungen für ein Going Concern, Exit oder Einstieg ab

Rasche Erst- Beurteilung

- ... liefert einen schnellen Überblick über die Problemtopographie des Unternehmens
- ... weist Stoßrichtungen zur Verbesserung von Tragfähigkeit, Robustheit, Zukunftsfähigkeit des Geschäftsmodells auf
- ... ist ein Instrument weit unter den stark formal geprägten Anforderungen des IDW S6

ganzheitlicher, geschlossener Ansatz

- ... ermöglicht eine grundsätzliche Typisierung und qualitative Bewertung sämtlicher Ebenen des Geschäftsmodell
- ... bewertet neben dem Status Quo auch eingeleitete Verbesserungsmaßnahmen
- ... beinhaltet optional eine quantitative Analyse der Performance des Unternehmens

Transparente Methoden und Ergebnisse

- ... hat klar definierte Soll-Ergebnisse statt schwammiger Inhalte eines „Quick-Checks“
- ... setzt auf standardisierten Methoden und ein transparentes Analyseraster
- ... bietet nachvollziehbare Ergebnisse statt einer Sammlung von Einzelaussagen (keine SWOT-Analyse)

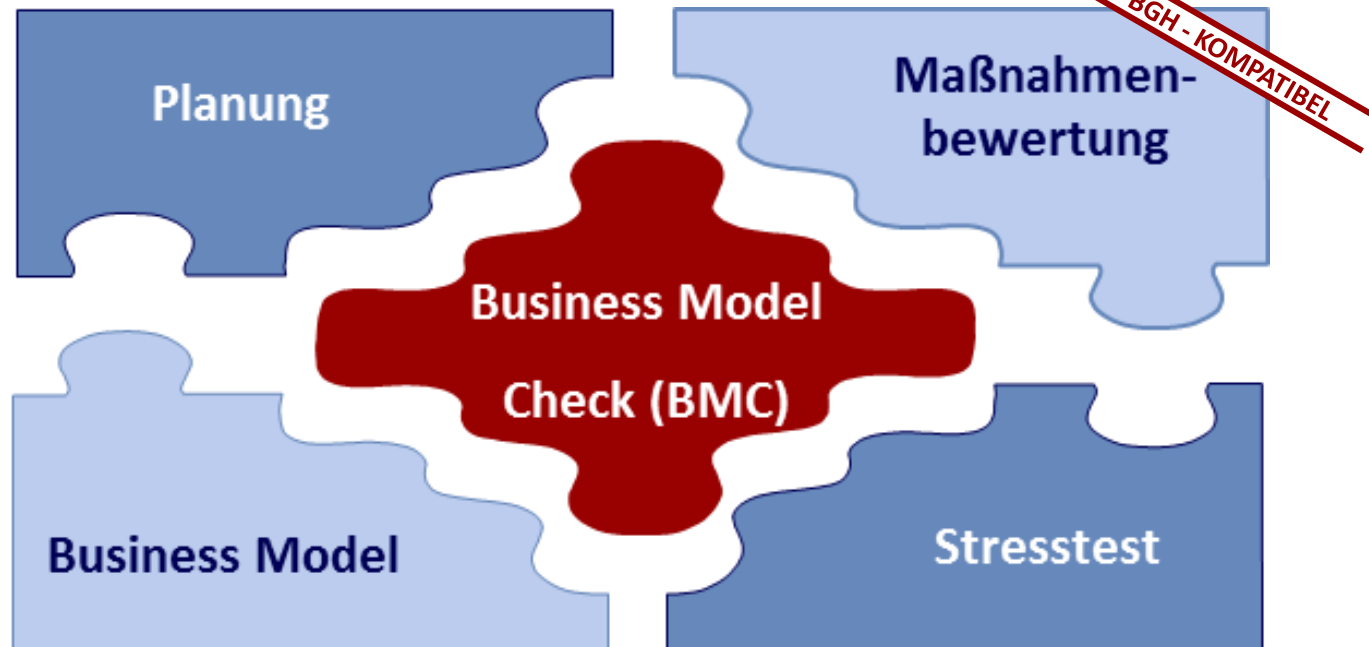
Modularer Aufbau

- ... kann individuell an die die spezifische Unternehmenssituation angepasst werden
- ... kann durch weitere Module wie Planungsplausibilisierung oder Ertrags- und Verlustquellenanalyse vertieft werden
- ... entspricht in bestimmten Ausprägungen den Anforderungen der höchstrichterlichen Rechtsprechung



Die Module des Business Modell Check im Überblick

- Plausibilisierung der Unternehmensplanung
- Verprobung der rechnerischen Richtigkeit der Planungen
- Prüfen der Planungsprämissen auf Konsistenz und Plausibilität
- Quantifizierung, Konkretisierung und Umsetzungsstand der Maßnahmen
- Eignung der Maßnahmen zur Stärkung der Zukunftsfähigkeit des Geschäftsmodells



- Ganzheitliche qualitative Bewertung des Geschäftsmodells
- Problemtopographie, Anpassungsbedarf und Stoßrichtungen zur Verbesserung
- Quantitativer Stress- und Performance-Test des Geschäftsmodells
- Ableitung der grundsätzlichen Skalierbarkeit und Robustheit



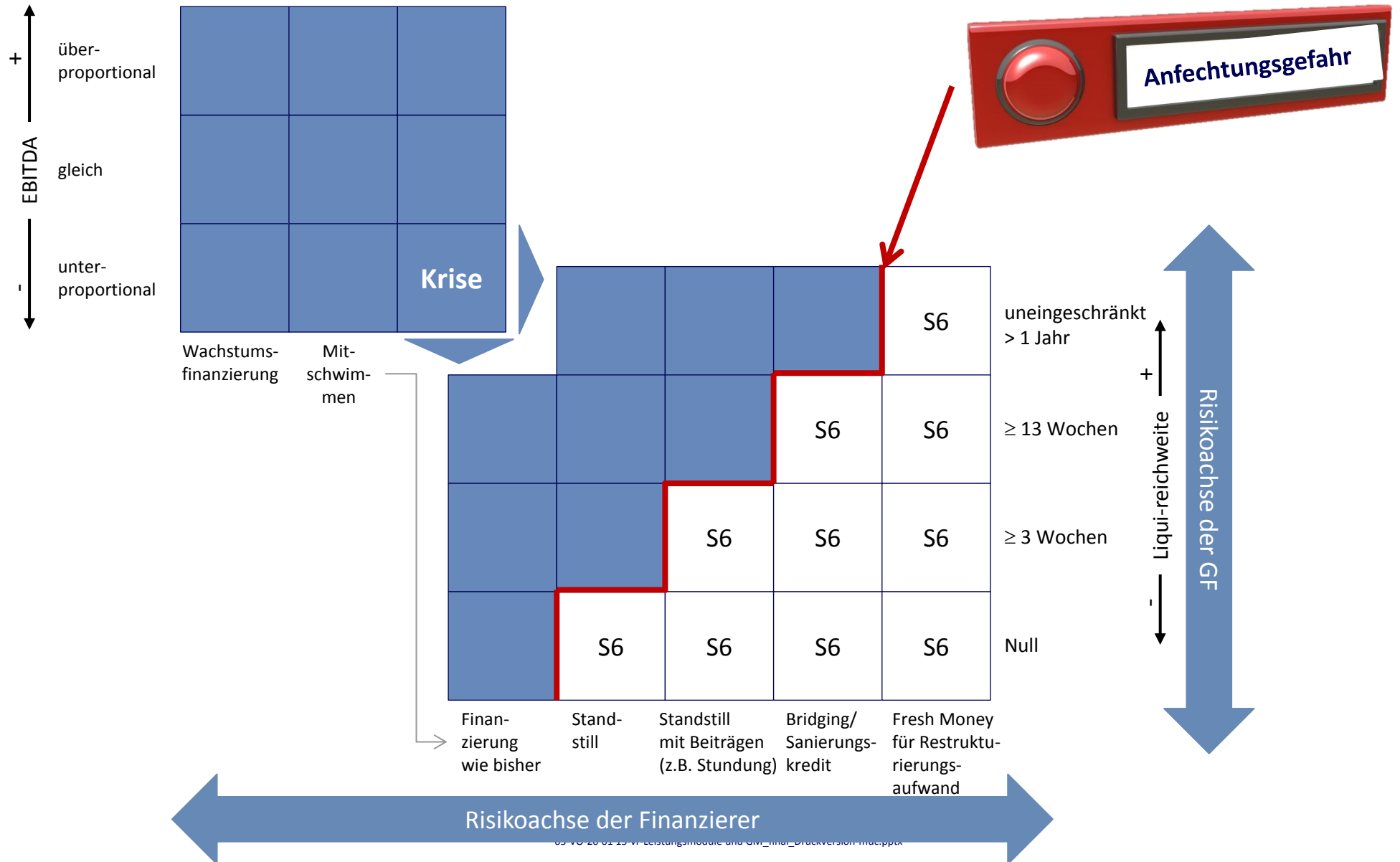
Für welche Unternehmen eignet sich der W&P Business Modell Check?

- Unternehmen jenseits der akuten (Liquiditäts-)Krise, die keine materiellen Beiträge seitens der Finanzierer benötigen
 - Engagements im Marktbereich, deren Geschäftsmodell bzw. dessen Perspektive nicht wirklich transparent ist
 - Unternehmen, die im Rating aufgrund einer unterproportionalen Geschäftsentwicklung abgerutscht sind (Low Performer)
 - Unternehmen, die aufgrund von Planverfehlungen oder negativer Marktentwicklungen eine unklare Geschäftsperspektive ausweisen
 - „Dauerpatienten“ oder Neuzugänge in der Sanierung

Kreditengagements im „Graubereich“ jenseits akuter Krisenfälle und ggfs. Sanierungskonzepte „light“ für kleiner Engagements.



Und wenn Sie jetzt nach der Grenze fragen – Fortsetzung folgt nach der Pause und vertiefend in der nächsten Seminarreihe SIR



Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Volker Riedel
Diplom-Kaufmann

Partner und Mitglied der
Geschäftsleitung

riedel@wieselhuber.de
+49 (0)89 286 23 144
+49 (0)160 745 18 55

www.wieselhuber.de

© Dr. Wieselhuber & Partner GmbH 2015
Bildmaterial: shutterstock.com



Dr. Wieselhuber & Partner (W&P) ist eine unabhängige, branchenübergreifende Top-Management-Beratung für Familienunternehmen sowie öffentliche Institutionen. Im Fokus der Beratungsleistung stehen die unternehmerischen Gestaltungsfelder Strategie und Innovation, Führung und Organisation, Marketing und Vertrieb, Operations sowie die nachhaltige Beseitigung von Unternehmenskrisen durch Restrukturierung und Finanzierung. Mit Büros in München, Düsseldorf und Hamburg bietet Dr. Wieselhuber & Partner seinen Kunden umfassendes Branchen- und Methoden-Know-how und zeichnet sich vor allem durch seine Kompetenz im Spannungsfeld von Familie, Management und Unternehmen aus.

Als unabhängige Top-Management-Beratung vertreten wir einzig und allein die Interessen unserer Auftraggeber. Wir wollen nicht überreden, sondern geprägt von Branchenkenntnissen, Methoden-Know-how und langjähriger Praxiserfahrung überzeugen. Und dies jederzeit objektiv und eigenständig.

Unser Anspruch ist es, Wachstums- und Wettbewerbsfähigkeit, Ertragskraft und Unternehmenswert unserer Auftraggeber nachhaltig sowie dauerhaft zu steigern.

STRATEGIE

INNOVATION & NEW BUSINESS

FÜHRUNG & ORGANISATION

MARKETING & VERTRIEB

OPERATIONS

RESTRUKTURIERUNG & FINANZIERUNG



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH

Unternehmensberatung

info@wieselhuber.de

www.wieselhuber.de