



Sehr geehrte Damen und Herren,

die Dr. Wieselhuber & Partner GmbH hat sich entschlossen, ein neues Periodikum zu starten, den *W&P-ManagementSupport*. Dieser wird quartalsweise über Neuigkeiten unseres Unternehmens informieren. Enthalten sind u.a. Informationen über Interviews und Statements unseres Management-Teams, neue Veröffentlichungen des Hauses, Ergebnisse aus unseren Branchen- und Funktions-Teams und Veranstaltungen des nächsten Quartals. Wir hoffen, dass Ihnen diese Lektüre inhaltlichen Mehrwert bietet. Gerne stehen wir Ihnen natürlich auch für Anregungen und Rückfragen zur Verfügung.

Gustl F. Thum
Leiter Marketing/PR



VERSTÄRKUNG DER FÜHRUNG - NEUE GESCHÄFTSFÜHRER FÜR W&P

W&P verstärkt seine Führung um Dr. Stefan Niemand und Dr. Walter J. Stadlbauer. Prof. Dr. Norbert Wieselhuber, Gründer und Mehrheitsgesellschafter übernimmt den Vorsitz der Geschäftsführung. Die weiteren GF-Ressorts sind folgendermaßen besetzt:

- Dr. Volkhard Emmrich, stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsführung, Geschäftsbereich Restructuring & Finance
- Dr. Walter J. Stadlbauer, Geschäftsbereich Management Consulting
- Dr. Stefan Niemand, Geschäftsbereich Business Performance Management

Mit dieser neuen Führungsorganisation stellt Prof. Dr. Wieselhuber die Weichen für die mittelfristige Übergabe seiner operativen Geschäftsführungsverantwortung, wobei er sich weiterhin um Key Account Management, zentralen Netzwerkaufbau, -pflege, sowie Repräsentation des Unternehmens und Unterstützung beim Aufbau neuer Geschäftsfelder kümmern wird.

Herr Dr. Walter J. Stadlbauer (Jahrgang 1962) ist ab Januar 2010 als Geschäftsführer von W&P für den Bereich Management Consulting zuständig. Er begann seine Beraterkarriere bei W&P, wo er 6 Jahre als Partner und Mitglied der Geschäftsleitung tätig war. 1995 wechselte er zur Gruppe Rheinhold & Mahla als Geschäftsführer und später Mitglied des Vorstandes, ab 1998 war Herr Dr. Stadlbauer in der Unternehmensgruppe der Schüco International KG als Geschäftsführer, President Schüco USA sowie Mitglied des Vorstandes der König Holding AG (Lizenzpartner von Schüco) tätig.



Herr Dr. Stefan Niemand (Jahrgang 1966) ist bereits seit 01. Oktober 2009 als Geschäftsführer des Geschäftsbereiches Business Performance Management tätig. Herr Dr. Niemand startete seine berufliche Karriere bei Horváth & Partner und war zuletzt Partner für die Beratungsfelder Automotive, New Product Development sowie die Region Bayern. Danach wechselte er als geschäftsführender Gesellschafter zu Seidenschwarz & Comp..



AUS MEINER SICHT...



Die schwierigen exogenen Rahmenbedingungen für unsere Kunden und deren wirtschaftlich kritische Situation stellen auch an uns große Herausforderungen. Konflikte im Gesellschafterkreis und auf der Führungsebene, das notwendige Maß an Nachhaltigkeit der Entscheidungen und Maßnahmen sowie die zur Verfügung stehende knappe Zeit machen ein überlegtes und schnelles Handeln erforderlich.

Unsere Branchen-, Situationskompetenz und Funktionalexpertise machen uns nicht nur „in guten Zeiten, sondern auch in schlechten Zeiten“ zu einem leistungsfähigen und unabhängigen Berater. Unsere Leitmaxime „Beratung ist mehr als Rat geben“ beweist sich durch hohe Umsetzungskompetenz.

Die Leitmaximen einer erfolgreichen Unternehmensführung in der Krise lauten: Fokussierung, Zentralisierung, Schnelligkeit, Konsequenz und Kommunikation durch das Management. Dies klingt nach einem autoritären Management-Stil, aber lange Debatten und inkonsequentes Handeln fördert eher den „Untergang“ als das „Überleben“.

Ich wünsche Ihnen Kraft, Mut, Gesundheit und professionelle, loyale Unterstützung bei der Bewältigung der Herausforderungen in 2010.

Ihr

Prof. Dr. Norbert Wieselhuber



W&P EXPANDIERT: NEUES BÜRO IN STUTTGART ERÖFFNET

Sanierungsmanagement erfordert neben fachlicher Kompetenz auch persönliches Vertrauen und Kennen. Deshalb haben wir zum 1. Oktober 2009 neben den Standorten München, Düsseldorf und Hamburg ein weiteres Büro in Stuttgart eröffnet.

„Baden-Württemberg ist ein strategisch wichtiger Standort für uns, schließlich zählt es zu den wirtschaftsstärksten und wettbewerbsfähigsten Regionen Europas. Zudem haben zahlreiche namhafte Familienunternehmen – nämlich rund 20 Prozent aller deutschen Firmen mit mehr als 50 Millionen Euro Umsatz oder mehr als 250 Mitarbeitern – dort ihren Hauptsitz“, begründet Prof. Dr. Norbert Wieselhuber, den Schritt in die Region. „Klar ist: Durch lokale Anwesenheit und das hervorragende Netzwerk unserer neuen Kollegen und deren umfassende Kompetenzen auf dem Gebiet Restrukturierung & Finanzierung können wir weiteren Kundennutzen stiften“, so Wieselhuber weiter.



Besondere Bedeutung haben auch die engen Verbindungen zur regionalen Bankenlandschaft: „Vor allem im Bereich der Unternehmenssanierungen konnten wir in der Vergangenheit gemeinsam mit der Unternehmensführung sowie namhaften Finanzinstituten vor Ort schwierige Sanierungsfälle erfolgreich bewältigen“, so Dr. Volkhard Emmrich, geschäftsführender Gesellschafter und verantwortlich für den Bereich Restrukturierung & Finance bei W&P. „Die etablierten, lokalen Kontakte, die unser neues Stuttgarter Team mitbringt, sind ein zusätzlicher Garant für die erfolgreiche Fortsetzung dieser Zusammenarbeit mit Banken und Beteiligungsgesellschaften.“



GALA-VERANSTALTUNG ANLÄSSLICH DES 60. GEBURTSTAG

Prof. Dr. Wieselhuber lud anlässlich seines 60. Geburtstages Wegbegleiter ins Schloß Nymphenburg ein. Insgesamt 240 Personen aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Sport und Kultur folgten der Einladung:

- Als Festredner konnte W&P den Ehrenvorsitzenden der Nestle AG, Dr. h.c. Helmut Maucher gewinnen. In seiner Rede reflektierte er über die Herausforderungen an die künftige Unternehmensführung.
- Herr Friedhelm Loh, Vorstandsvorsitzender der Friedhelm Loh Gruppe, sprach als „ältester“ Kunde des Hauses W&P über „Unternehmer & Unternehmertum“.
- Die Laudatio hielt Prof. Dr. mult. Hans-Jörg Bullinger, Präsident der Fraunhofer-Gesellschaft. In seiner Rede ging er auf Prof. Wieselhuber als „Wanderer zwischen unterschiedlichen Welten“ ein.
- Dr. Volkhard Emmrich, stv. Vorsitzender der GF führte die Anwesenden durch das Beraterleben und stellte unter dem Titel „Von Flensburg bis Berchtesgaden“ eine Auswahl von Kundenreferenzen von Prof. Wieselhuber vor.



Als künstlerische Höhepunkte des Tages, durch den Ursula Heller (BR-Moderatorin Münchner Runde) führte, traten der Kabarettist Gerhard Polt und die Musiker der Fraunhofer Saitenmusik auf.

KNOWLEDGE POOL

MANAGEMENT SUPPORT III

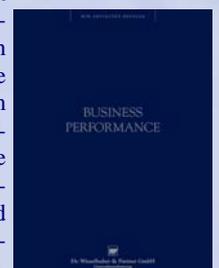
Mit der Fachveröffentlichung „Unternehmer-Entscheidungen - Prozesse und Systeme optimieren“ setzt W&P die Management-Support-Reihe fort, die mit praxiserprobten Denkanstößen den Entscheidern in den Unternehmen Handlungsempfehlungen zur Unternehmensführung geben soll.



Der dritte Band gibt einen Einblick in die Themenstellungen des Geschäftsfeldes „Business Performance Management“. Der Band beschäftigt sich u.a. mit Geschäftsmodellüberlegenheit, Target Costing, Design-to-Cost, Global Supply Chain, Working Capital Management, Sales Excellence und Structural Excellence.

LEISTUNGSPROSPEKT BUSINESS PERFORMANCE

Mit dem Leistungsprospekt „Business Performance“ stellt W&P den Unternehmen die spezifischen Leistungsangebote unseres Hauses zum Themenfeld Business Performance dar, in dem das bisherige Leistungsfeld „Operations“ aufgegeben ist.



WUSSTEN SIE SCHON...

...dass W&P

- in den vergangenen 5 Jahren für seine Kunden in mehr als 50 Ländern international beratend unterwegs war und u.a. auf ein umfangreiches Netzwerk an lokalen Spezialisten in Fragen der Global Supply Chain zurückgreifen kann?
- jedem Kunden ein Jahr nach Abschluß eines Beratungsprojektes durch W&P kostenlos einen Review-Workshop anbietet?



W&P-BUSINESS PERFORMANCE

von Dr. S. Niemand, Geschäftsführer

Die Frage nach der Messung und Optimierung sowie nach dem damit einhergehenden Zielsystem der Business Performance beschäftigt praktisch alle Unternehmen. Eine zentrale unternehmerische Frage ist die des effektiven und effizienten Einsatzes der vorhandenen Mittel.



Unternehmertum bedeutet vor allem zu wissen, wofür Mittel eingesetzt werden müssen, um auch zukünftig im Wettbewerb vorne zu stehen. Die Spanne reicht dabei von der Innovation über die Produkt- und Prozessoptimierung bis hin zur Internationalisierung und entsprechenden M&A-Aktivitäten.

Damit ist der Rahmen gesetzt für die Beratungsaktivitäten von Dr. Wieselhuber & Partner im Bereich Business Performance Management. Zentrales Ziel ist die Steigerung der Unternehmensprofitabilität, womit folglich die Beratungsansätze an den beiden Stellschrauben Umsatz und Kosten ansetzen. Business Performance Management ist also nicht gleichzusetzen mit mehr oder minder intelligentem Kostensenken. Vielmehr geht es um die prozessorientierte Bedienung aller Stellhebel zum Umsatz- und Kostenmanagement im Sinne eines integrierten BPM-Ansatzes.

Gemäß dem gewählten Prozessmodell gliedert sich das W&P-Leistungsspektrum im Business Performance Management in fünf Elemente:

1. **Innovation & Product Excellence:** Der wohl zentrale Hebel zur Sicherung der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit ist ein exzellenter und interdisziplinärer Innovations- und Produktentstehungsprozess.
2. **Supply Chain Excellence:** Die gesamten Optimierungsansätze im Rahmen der Supply Chain Excellence zielen vor allem auf eine Optimierung der Kostenposition. Diese geschieht bei W&P auf drei Ebenen: Global Supply Chain Design, Supply Chain Optimierung, Einkaufsmanagement sowie Produktoptimierung.
3. **Sales Excellence:** Die Optimierung der Sales- und Service-Prozesse bietet sowohl die Chance der Kostensenkung als auch der Performancesteigerung, was sich in einem höheren Umsatz und besserer Markenpositionierung niederschlägt. Optimierungsfelder sind u.a. die Gestaltung vertikaler Vertriebsstrukturen, eine schlagkräftige Vertriebs- und Serviceorganisation sowie CRM und Stringenz in Controlling/Steuerung.
4. **Structural Excellence:** Auf Basis einer detaillierten Prozessanalyse und der dadurch geschaffenen Transparenz können diverse Maßnahmen zur strukturellen Leistungssteigerung gestartet werden, u.a. die optimale Gestaltung zentraler vs. dezentraler Strukturen, Strukturgestaltung internationaler Organisationen, Gestaltung von Lean Overhead-Strukturen, In- und Outsourcing von Overhead-Bereichen, Offshoring, Shared Service-Konzepte.
5. **Übergreifende Programme:** Der Bedarf nach ganzheitlichen Optimierungsansätzen für ganze Unternehmensteile kann durch Kostensenkungsprogramme, Leistungssteigerungsprogramme und Maßnahmen zur Rekonfiguration gedeckt werden.

Das W&P Business Performance Management stellt insgesamt eine pro-aktive, prozessorientierte Herangehensweise dar, mit der erfolgreiche Unternehmen ihre Leistungsfähigkeit kontinuierlich auf den Prüfstand stellen und nachhaltig optimieren können.

W&P IN DEN MEDIEN

EINMALEINS DES ERFOLGS

In einem Interview mit dem Unternehmermagazin wird Prof. Dr. Wieselhuber über die Folgekonsequenzen der Krise auf die aktuelle Unternehmenslandschaft befragt sowie die Rolle des Unternehmers in der Bewältigung der Herausforderungen derselben.



GETRENNTE WEGE; GEMEINSAMES ZIEL

Vertrieb und Marketing arbeiten nur selten Hand in Hand. Welche negativen Auswirkungen dies auf ihren Unternehmenserfolg hat und wie Verbesserungen möglich sind, erklärt Johannes Spannagl, Mitglied der Geschäftsleitung in der aktuellen Ausgabe von „Der Vertriebspezialist“.



RECHTZEITIG DIE REISSLEINE ZIEHEN

Ist ein Unternehmen angeschlagen, kann es über kurz oder lang zum Sanierungsfall werden. Je früher ein Unternehmer gegensteuert, desto besser sind die Chancen, wieder auf den richtigen Kurs zu kommen. Selbst eine Insolvenz muss nicht das Ende bedeuten, so Dr. Emmrich, Geschäftsführer Corporate Restructuring im aktuellen IHK-Magazin.



SICH NEU ERFINDEN, UM ZU BLEIBEN

Familiengeführte Unternehmen investieren kräftig in F&E—sogar mehr als andere Betriebe. Wichtige Anregungen dafür bekommen sie von Kunden Mitarbeitern, so Prof. Wieselhuber ggü. der FTD.



Bei Interesse an den Artikeln wenden Sie sich bitte an thum@wieselhuber.de



STUDIE: KOOPERATIONSPOTENZIAL ZWISCHEN KRANKENHÄUSERN, von Dr. T. Renz, Geschäftsleitung

Zahlt es sich aus, wenn das Kreiskrankenhaus Altenburg mit dem Krankenhaus Borna kooperiert und sich zudem spezialisiert? In einer aktuellen Studie der Dr. Wieselhuber & Partner GmbH werden erstmals Effizienzpotenziale durch Kooperationen zwischen Krankenhäusern in Deutschland ermittelt. Die Ergebnisse werden auf einzelne Regionen und Indikationen heruntergebrochen, um strategische Konsequenzen für ein einzelnes Krankenhaus bzw. eine Region sichtbar werden.



Dr. Timo Renz, Initiator der Studie sagt: „Auf Grundlage von Operationen- und Prozedurenschlüsseln, den so genannten OPS-Daten fand eine Vollerhebung für das gesamte Bundesgebiet statt, bei der 1.986 Krankenhäuser aller Versorgungsstufen berücksichtigt wurden. Durch die Umverteilung von 1,4 Mio. Fällen könnte ein Umverteilungspotenzial von 5,9 Mrd. € gehoben werden.“



Dr. Renz erhält darin von Experten aus der klinischen Praxis Zuspruch. „Kooperationen sind das Gebot der Stunde. Einzelne Krankenhäuser ohne Spezialisierung werden immer weniger Chancen haben, alleine zu überleben“, sagt Prof. Dr. R. Schmid, Geschäftsführer des Klinikums Reutlingen. Der Verwaltungsdirektor der Paracelsus-Klinik Osnabrück, Henrik Räwer, fügt hinzu: „Strukturierte, professionell organisierte Kooperationen werden den Wettbewerb gewinnen.“

Ist erst einmal nach einer kritischen Prüfung der Kooperationsprozess angelaufen, so rät Renz den beteiligten Krankenhäusern, diesen transparent unter Einbeziehung aller Beteiligten durchzuführen. Neben einem systematischen und professionellen Prozess sollten nicht nur Kooperationspotenziale oder -ziele genau quantifiziert werden – auch der Umsetzungsfahrplan muss für alle Partner definiert sein.

Die Vorteile sieht Dr. Renz deutlich: „Neben der klaren Profilbildung und der strategischen Positionierung für das eigene Krankenhaus ist es besonders auch die Kostensenkung durch Abbau von Ineffizienzen und die Hebung von Potenzialen. Letztendlich erreichen wir jedoch auch durch die Kooperation von Krankenhäusern eine Erhöhung der Versorgungsqualität der Patienten.“



VERANSTALTUNGSKALENDER 1. HALBJAHR 2010

| | | |
|--|------------|----------|
| Innovationstag der IHK Regensburg | Regensburg | 19.03.10 |
| W&P-Unternehmerdialog „Business Performance“ | Düsseldorf | 22.04.10 |
| 1. Unternehmer-Salon Bayern | München | 29.04.10 |
| W&P-Unternehmerdialog „Business Performance“ | Leipzig | 05.05.10 |
| W&P-Unternehmerdialog „Business Performance“ | Frankfurt | 20.05.10 |
| 2. Unternehmer-Salon Bayern | Nürnberg | 17.06.10 |
| SAVE THE DATE: W&P-Unternehmer-Forum | München | 14.10.10 |

AUS DER BRANCHE

PHOTOVOLTAIK

W&P veröffentlichte das Dossier „Photovoltaikmarkt - sind die sonnigen Zeiten vorbei?“, das auf einstimmig positive Resonanz in der Branche stieß. Neben einer Status Quo-Betrachtung enthält es eine Diskussion der aktuellen Herausforderungen der Branche und leitet daraus Lösungsansätze ab.



FORTFÜHRUNGSPROGNOSE

Das branchenübergreifende Dossier „Fit für den Aufschwung“ versandte W&P im Dezember 2009 an ausgewählte Entscheider im Maschinenbau, Automotive, Handel sowie Bauzulieferbereich. Fokus des Dossiers ist die Nutzung der Fortführungsprognose in der Position der Stärke als Instrument zur Krisenprävention und Liquiditätssicherung.

BACKWARENBRANCHE

Mit dem Dossier „Zukunftsstrategien für die filialisierte Backwarenbranche“ startete der Bereich Handel eine Aktion, um auf die strukturellen Änderungen und veränderten Kundenanforderungen derselben einzugehen. Abgeleitet wurden daraus Stellhebel für Unternehmer, um der Situation zu entkommen.



AUTOMOBILVERTRIEB

Die Automobilindustrie steckt in der Krise – und viele sehen als Ursache die Finanz- und Weltwirtschaftskrise.

Der neueste Beitrag von W&P in der Zeitschrift für die Automobilwirtschaft (ZfAW) blickt hinter diese kurzfristigen Themen und leitet aus seit langem erkennbaren Schwachstellen und Problembereichen zehn Thesen ab, wie auch in Zukunft ein erfolgreicher Automobilvertrieb gewährleistet werden kann.





FAKTEN ZUM DIENSTLEISTUNGSGESCHÄFT IM MASCHINENBAU, von R. Friedrich, Geschäftsleitung

Die Potenziale von Dienstleistungen als Instrumente zur Erhöhung der Kundennähe sind im deutschen Maschinenbau weitestgehend anerkannt.

- Mehr als drei Viertel der befragten Unternehmen sehen in der Verstärkung der Kundenbindung ein wichtiges Ziel, das mittels Dienstleistungsgeschäft verfolgt wird. Alle Befragten sind weiterhin der Auffassung, dass dieses Vorgehen in den kommenden Jahren weiter an Bedeutung gewinnen wird.
- Durch das Erbringen von Dienstleistungen soll ein weiterer Kenntnisgewinn über die Bedürfnisse heutiger und zukünftiger Kunden erzielt werden.



Ein adäquates Angebot an Dienstleistungen erhöht die Wachstums- und Differenzierungsmöglichkeiten der deutschen Maschinenbauer.

- Heute, möglicherweise hervorgerufen durch die derzeitige Krise im Maschinenbau, ist das wichtigste Ziel des Dienstleistungsgeschäfts das Generieren von zusätzlichem Umsatz.
- Die Befragten erwarten, dass sich über die kommenden 5 Jahre hinweg der Umsatzanteil durch erbrachte Dienstleistungen deutlich erhöhen wird.
- Rund drei Viertel der Befragten verfolgen mit ihrem Dienstleistungsangebot bereits heute, aber auch in Zukunft, das Ziel der Differenzierung vom Wettbewerb. Ein Kopieren von Dienstleistungen des Wettbewerbs findet eher nicht statt.

Das Dienstleistungsgeschäft als professionelles und profitables Standbein ist vielerorts mental und organisatorisch noch nicht etabliert. Es fehlen häufig noch die Erfolgsoraussetzungen.

- Ein relativ hoher Anteil der Befragten sieht sein derzeitiges Dienstleistungsangebot als eher befriedigend oder nur ausreichend an. Weniger als die Hälfte bewertet das eigene Angebot als gut bis sehr gut.
- Vor allem die dienstleistungsorientierte Unternehmenskultur sowie der Abgleich zwischen Strukturorganisation und dienstleistungsorientierten Prozessen wird bemängelt.
- Die Entwicklung von Dienstleistungen orientiert sich derzeit noch wenig an den Kundenbedürfnissen, sondern mehr an den Fähigkeiten und Produkten des Maschinenbaus.



aus: W&P-Studie „Dienstleistungen im Maschinenbau“ (11/2009)

CORPORATE RESPONSIBILITY - W&P UNTERSTÜTZT MÜNCHNER VEREINE

Die anlässlich des 60. Geburtstages von Prof. Wieselhuber eingesammelten Spenden für die Organisationen Lichtblick Hasenberg! e.V. sowie Krebshilfe für Kinder in München e.V. haben überaus stattliche Summen erreicht. Mit rund 32.000 € Spendeneingang kann die so wichtige Arbeit der beiden Vereine deutlich unterstützt werden.

Am 02. Dezember überreichte Prof. Wieselhuber den Vereinsvorsitzenden die Spendenschecks.



AUS DER BRANCHE

KRANKENHÄUSER

Seit 2009 begleitet W&P Krankenhäuser bei der Verbesserung der operativen Effizienz, der Sicherung des Zugangs zu Investitionsmitteln und bei der Sicherung der Qualität.

Hintergrund hierfür ist ein W&P-spezifischer Ansatz, der im Rahmen des Produkt-Dossiers „Besonderheiten, Konzepte und Lösungsansätze zur Zukunftssicherung von Krankenhäusern“ von unseren Health-Care Spezialisten dargelegt wurde.



Parallel launchte W&P das hauseigene Produkt „REHA^{PLUS}“, mit dem unsere Health Care-Spezialisten die Kapitaldienstfähigkeit von Rehakliniken systematisiert über Kosten- und finanzstrukturierung, Auslastungssteigerung und medizinische Re-Positionierung steigern.

VERLAGE

Unsere Verlagsexperten leiteten aus Referenzprojekten Stellhebel und Lösungsansätze zur Steigerung der Wettbewerbs- und Renditeposition ab. Als wesentliche Stellhebel sehen die Experten dabei Markt- und Wettbewerbsstrategie, Effizienz, M&A sowie New Business Management.



AUF EIN WORT

„Dieses Gesetz hat weder mit Wachstum noch mit Beschleunigung zu tun“

...so K. Zimmermann, Präsident des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) zum Wachstumsbeschleunigungsgesetz



Quelle: WiWo, N°51, S. 118



ZVEI-BENCHMARKING - FIT FOR THE FUTURE 2010

von J. Spannagl, Geschäftsleitung

Das jetzt bereits zum 4. Mal durchgeführte ZVEI-Benchmarking hat sich zu einer verlässlichen Informationsquelle für alle Unternehmer der Elektrotechnik- und Elektronikindustrie entwickelt, die wissen wollen, wo sie im Wettbewerb stehen. Der gemeinsam mit W&P entwickelte ZVEI Future Index© ist zum etablierten Rating der Branche geworden.



Gerade vor dem Hintergrund der Weltwirtschaftskrise ist von großem Interesse, wie die Unternehmen auf die besonderen Herausforderung reagieren. Weiterhin wird untersucht, welche kurz- und mittelfristigen Ansätze zur Krisenbewältigung verfolgt werden.

Insbesondere liefert der Bericht Antworten auf Fragen zur Unternehmensstrategie, Innovationspolitik und zum Wertschöpfungskonzept sowie zu Herausforderungen in Führung und Organisation.

Ziel der 4. Fit for the Future-Untersuchung war es, einen möglichst breiten Überblick über die gegenwärtige Situation, die Zukunftsperspektive und die Erfolgsfaktoren von Unternehmen der Elektroindustrie (Elektronik und Elektrotechnik) zu gewinnen.

| Branche | Anzahl Fragebögen* | | Beschäftigten- größenklassen | Anzahl Fragebögen | |
|-------------------------|--------------------|------------|---------------------------------|-------------------|------------|
| | n | % | | n | % |
| Automation | 67 | 30 | bis 50 Mitarbeiter | 32 | 14 |
| Bauelemente | 59 | 26 | 51-200 Mitarbeiter | 73 | 32 |
| Energie | 32 | 14 | 201-500 Mitarbeiter | 58 | 26 |
| Hausgeräte | 9 | 4 | 501-1.000 Mitarbeiter | 28 | 12 |
| Installation | 28 | 12 | >1.000 Mitarbeiter | 35 | 15 |
| Licht | 24 | 11 | | | |
| Keine Angaben | 42 | 19 | | | |
| Gesamtstichprobe | 226 | 100 | Gesamtstichprobe | 226 | 100 |

*Mehrfachnennungen möglich

Im Mittelpunkt der Untersuchung stehen die Einschätzungen und Beurteilungen von Inhabern und Top-Managern der Elektroindustrie im Hinblick auf aktuelle und zukünftige Herausforderungen ihrer Unternehmen.

Ziel der Untersuchung war, Antworten insbesondere auf folgende Fragen zu erhalten:

- Welche übergeordneten Unternehmensziele verfolgen Unternehmen der Elektroindustrie? Welche Strategiemuster werden bevorzugt? Was unterscheidet besonders erfolgreiche Unternehmen von weniger erfolgreichen?
- Wo sehen die Unternehmen der Elektroindustrie ihre wesentlichen Wachstumsquellen für die Zukunft?
- Wo liegen die größten Herausforderungen im Innovations- und Technologiemanagement?
- Wie ist es mit der Mitarbeiterqualifikation und dem Reifegrad der Führungsorganisation in den Unternehmen bestellt?
- Was unterscheidet erfolgreiche Unternehmen von weniger erfolgreichen bezüglich ihrer Internationalisierungs- und Wertschöpfungsstrategie?
- Wo liegen spezifische Problemfelder unterschiedlicher Branchen und Unternehmensgrößenklassen?
- Erstmals wurde dieses Jahr mit dem Fragenkomplex zum Umgang der Unternehmen mit der gegenwärtigen Wirtschaftskrise die Untersuchung um ein allgemein interessierendes, aktuelles Thema vervollständigt.

AUS DER BRANCHE

VERBÄNDE

Mit dem neuen Projektansatz „Verbands-Cockpit“ unterstützt J. Spannagl, Mitglied der Geschäftsleitung aktuell Verbandsorganisationen, die mit den Nachwirkungen der Krise und allgemeinen Marktveränderungen kämpfen:

- Der Wettbewerb um das engagierte zahlende Mitglied wird zunehmend härter. Verbandsfusionen oder Ausgründungen aus bestehenden Verbänden sind immer wieder zu beobachten.
- Häufig sind Verbände über Jahre gewachsene Organisations-Netze ohne organisatorische Schlagkraft, ohne klar erkennbares Profil und mit fehlendem nachhaltigem Themenmanagement.
- Die aktuelle Wirtschaftskrise trifft die überwiegende Mehrheit der Mitgliedsunternehmen hart. Kosteneinsparung in allen Bereichen und die Überprüfung von Engagements und Mitgliedschaften sind verstärkt zu beobachten.

Das Verbands-Cockpit bietet einen schnellen Überblick über Kapazitäten & Engpässe in der Organisation, um effektiv & effizient zu handeln

MARKETING-EFFIZIENZ

Mit dem bewährte Ansatz „Marketing & Sales Excellence“ bündelt das Competence Center Marketing/Sales von W&P die Vertriebsressourcen und -aktivitäten auf die größten Umsatz- und Ertragspotenziale.

Grundlage der Fokussierung der Vertriebsaktivitäten ist eine Risiko- und Potenzialanalyse nach verschiedenen Kriterien.

Ergebnis der differenzierten Bewertung sind die zielführenden, für den kurzfristigen Geschäftserfolg relevanten Schwerpunkte, auf die sich Marketing und Vertrieb kurzfristig fokussiert. Diese kurzfristigen Fokussierungsfelder werden mit klaren Zielen hinterlegt und nachgehalten.

Zielsetzung ist die Konzentration auf erfolgsbringende Marketingaktivitäten, die direkt beim Kaufentscheidungsprozess ansetzen.

WIR GESTALTEN ERFOLGE

WIR GESTALTEN ERFOLGE

STRATEGIE

Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

WIR GESTALTEN ERFOLGE

ORGANISATION

Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

WIR GESTALTEN ERFOLGE

BUSINESS
PERFORMANCE

Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

WIR GESTALTEN ERFOLGE

UNTERNEHMER-
NACHFOLGE

Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

WIR GESTALTEN ERFOLGE

RESTRUKTURIERUNG

Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

WIR GESTALTEN ERFOLGE

OPERATIONS

Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

WIR GESTALTEN ERFOLGE

MARKETING
& VERTRIEB

Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

WIR GESTALTEN ERFOLGE

KRISEN-
MANAGEMENT

Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

WIR GESTALTEN ERFOLGE

GESTALTUNG UND FÜHRUNG
VON FAMILIENUNTERNEHMEN

Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung



Dr. Wieselhuber & Partner ist das erfahrene, kompetente und professionelle Beratungsunternehmen für Familienunternehmen, für Konzerne unterschiedlicher Branchen sowie für öffentliche Institutionen. Wir sind spezialisiert auf die Steigerung von Wettbewerbsfähigkeit, Ertragskraft und Unternehmenswert. Strategie, Organisation, Führung, Ressourceneinsatz, Methoden & Systeme müssen einen nachweisbaren und nachhaltigen Beitrag zum Unternehmenserfolg liefern. Dieser Herausforderung stellen wir uns durch fundierte Analysen, kreative und machbare Konzepte und vor allem durch eine aktive Umsetzungsbegleitung.

Als unabhängige Top-Management-Beratung vertreten wir ausschließlich die Interessen unserer Auftraggeber zum Nutzen des Unternehmens und seiner Stakeholder. Wir wollen nicht überreden, sondern geprägt von Branchenkenntnissen, Methoden-Know-how und langjähriger Praxiserfahrung überzeugen. Und dies objektiv und eigenständig.

Das schafft Mehrwert für unsere Kunden. Und diesen setzen wir durch unser unternehmerisches Denken und Handeln, unseren Blick für Detail- und Gesamtlösungen und durch unsere Verbindlichkeit in den Aussagen um.

STRATEGIE & INNOVATION

ORGANISATION & FÜHRUNG

MARKETING & VERTRIEB

PRODUKTENTSTEHUNG

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

RESTRUCTURING & FINANCE



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

München · Düsseldorf · Hamburg · Stuttgart
www.wieselhuber.de