

Käufermärkte / Der Kunde entscheidet was – wer – wie – wo – wann

- Notwendige **Flexibilisierung** der internen Strukturen mit neuen Preismodellen (pay only for use)
- Radikale, rasche und alles umfassende Kundenorientierung
- Wettbewerb mit gesteigertem Kundennutzen statt über Preise und Erlösminderungen
- Ausbau von Service und Dienstleistungen / Verkaufs-Innovationen
- Anpassung der Wettbewerbsstrategie (Positionierung) und Informations-Technologie

Margenreduktion auf den internationalen Durchschnitt / Volatilität der Umsätze bei Starrheit der Kosten und Strukturen

- Anpassung der Kostenstrukturen (intern – extern – upstream – downstream)
- Radikale Flexibilisierung der Kosten von Arbeit und Maschinen (Senkung Break-Even-Level)
- Produkt-, Dienstleistungs-, Prozess- und Struktur-Innovationen
- Kurzfristige und flexible Leistungserstellung (Just in time; Arbeitsflexibilisierung)
- Kontinuierlich verbesserte Leistungen (Dauernde Produktivitätssteigerungen)
- Neue Formen der Entlohnung / Beteiligung / Risikotragung aller Mitarbeiter / Kader
- Neue Formen des Controlling (Target Costing statt Aufbaurkostenverfahren / Zero Base Budget mit permanenter Soll-Ist-Kontrolle, Forecast und Anpassung / Balanced Scorecards)
- Kooperationen in der Branche / ausserhalb der Branche in allen Formen / Zusammenarbeit entlang der ganzen Wertschöpfungskette (Mitarbeiterpools, Kooperation mit Lieferanten und Kunden etc.)

Sehr schwieriges Führungsumfeld

- Die Unternehmung zukunftsfähig / wandlungsfähig machen. Unternehmer statt Verwalter.
- Ausbau von Kompetenzen bei allen Mitarbeitern (Methoden-, Sozial-, Fachkompetenz)
- Integrität voraussetzen – Vertrauen schaffen – Grenzenlosigkeit fordern
- Ergebnis- und Leistungs- statt Funktionsorientierung; Langfristige Denkweisen etablieren
- Projektmanagement und Task-Force - Management als zentrale Schlüsselfertigkeiten
- Grundsätze wirksamer Führung umsetzen / Resultat-Orientierung als zentraler Führungsgrundsatz
- Wiedergewinnung des Vertrauens in Leistung und der Loyalität von Mitarbeitern und Kadern
- Wertschöpfungsbeitrag von allen Mitarbeitern / Kadern auf allen Stufen und Positionen zwingend
- Konzentration auf Weniges, aber dafür mit sehr hohen Leistungszielen
- Stärken nutzen und verstärken - Schwächen neutralisieren und kompensieren
- Positiv denken in der Gegenwart und Zukunft – die Vergangenheit war einmal!
- **Der Arbeitsmarkt der letzten 20 Jahre war ein Arbeitnehmermarkt. Der heutige und kommende Arbeitsmarkt ist ein Arbeitgebermarkt. Das haben leider nur die Wenigsten begriffen.**