

„Unternehmer sind Unter-nehmer und keine Unter-lasser.“

Die Vision meines Unternehmens. Oder wie bringe ich strategische Planung und operatives Geschäft in Einklang?

Das Jahr 2008 brachte dem Heizölhandel einen „heißen Herbst“; in der Gesamtwirtschaft sah es in der zweiten Jahreshälfte deutlich weniger gut aus. Was bringt also 2009? Veränderungen stehen ins Haus. Gesetzgeber und Öffentlichkeit meinen es nicht gerade gut mit uns, obwohl sie uns brauchen.

„Große“ bekommen „Staatsstütze“ - „Kleine“ müssen „Selbtheiler“ sein. Für den Unternehmen heißt das: gleich zu Jahresbeginn einen kritischen Blick auf seine eigene Arbeit werfen und die richtigen Schlussfolgerungen ziehen. Dazu hier einige Anregungen.

Der Chef eines mittelständischen Mineralölhandels zieht wie jedes Jahr eine Bilanz des ablaufenden Unternehmensjahres. Davon ausgehend überlegt er, was wichtig ist für die strategische und operative Ausrichtung seines Unternehmens im kommenden Jahr: Wenn ich mir die Entwicklung in der Branche ansehe und da das Beispiel der Verbände gdbm und UNITI nehme, die auf Grund der geänderten Strukturen und der sich daraus ergebenden Finanzierungsmöglichkeiten fusioniert haben, so muss auch ich - besonders mit dem Ausblick auf das wirtschaftlich gesehen wohl sehr schwierige Jahr 2009 – es mir wiederum zur Aufgabe machen, meine Vision für die Zukunft meines Unternehmens zu entwerfen.

Scheinbare Binsenweisheiten erweisen sich als tragende Grundregeln

Das heißt konkret, alte Zöpfe und lieb gewonnene Gewohnheiten

prüfen, die eigene Position genau bestimmen und Fragen stellen, die eigentlich ganz simpel erscheinen, deren konkrete Beantwortung sich aber als richtig schwierig und zeitaufwändig erweisen kann. Deshalb sind auch so manche Antworten dann durchaus verblüffend. Aber nur, wenn man die Fragenstellungen ernst nimmt.

Checklisten können helfen

Eine solche Zukunfts-Vision für das eigene Unternehmen kann sich an einer allgemeinen „Check-



Die Autorin, Dr. Stephanie Robben-Beyer, Managementtrainerin und Moderatorin, empfiehlt: Statt strukturlosem Aktionismus lieber die Zeit zur Analyse nehmen, langfristig planen und konsequent die eigenen Erkenntnisse umsetzen.

liste“ orientieren, muss jedoch im Hinblick auf die individuellen Gegebenheiten auf der Basis gut recherchierter und plausibel prognostizierter künftiger Erfordernisse entwickelt werden.

Jetzt geht's zur Sache

Was also beschäftigt unseren Mineralölhändler konkret?

Mein Ziel als Unternehmer muss es sein, einer der lokalen und regionalen (gegebenenfalls überregionalen) Marktführer zu bleiben oder zu werden. Denn: Marktführer sind nicht nur Großunternehmen. Das kann ebenso der „Platz-

hirsch“ um die Kirchturmspitze sein.

Bei der beschleunigten Tendenz zur Konzentration im Mineralölhandel muss ich mich unter anderem fragen:

1. Wie bin ich aufgestellt?
2. Bin ich, respektive ist mein Unternehmen „fit“ genug für das schwierige Jahr 2009 und die Folgejahre?
3. Stimmt meine Größe?
4. Decke ich alle Marktsegmente ab?

Es gilt, alle wirtschaftlichen „Randdaten“ zu beachten.

Weiterhin den spezifischen Marktgegebenheiten mit meiner gesamten Unternehmensorganisation Rechnung zu tragen; Beispiel Heizöllogistikmanagement der letzten drei Monate.

Es gilt alle neuen Tendenzen zu berücksichtigen: zum Beispiel Heizungstechnik, Treibstoffe (Biofuels), Schmierstoffmarkt, Tank-

stellenmarkt, Pellets, aber auch die internationalen Entwicklungen und bereits bekannte Trends der Gesetzgebung, wie die Energiedienstleistungsrichtlinie. Wie wirkt sich das alles auf meinen Ertrag aus und welche finanziellen Mittel muss ich z.B. für aktive Kundenansprache und Beratung einplanen und müssen meine Mitarbeiter dafür noch qualifiziert werden?

Generell muss ich nochmals die Entscheidungen des vergangenen Jahres überprüfen und überlegen, an welcher Stelle in der Zukunft noch besser gehandelt werden kann.

Eine konkrete Analyse muss ich zu den Themen Kernkompetenz, kurz-, mittel- und langfristige Ziele und Kommunikation nach innen und nach außen durchführen.

Eine weitere wesentliche Überlegung gilt der Anzahl, Auswahl, Qualifikation und Motivation der Mitarbeiter. Denn gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten, wie wir sie nach den Rahmenbedingungen für 2009 erwarten, ist ein qualifiziertes und motiviertes Mitarbeiterteam gleichsam ein „Erfolgs- und Überlebensgarant“.

Fazit mit konkreten Tipps

Meine Checklisten der letzten Jahre nehme ich mir auch diesmal wieder als Gedankenstütze zur Hand. Das unterstützt ein zielgerichtetes Denken.

Das Aufschreiben meiner Gedanken ermöglicht mir ein strukturiertes Vorgehen in den nächsten Monaten und gleichzeitig die spätere Kontrolle über in der Zukunft Geleistetes.

Checkliste 1:

Bei der Unternehmensvision geht es um die Geschäftsgrundsätze,

die Firmenphilosophie und die Werte, auf deren Basis auch und gerade im Mittelstand agiert wird.

Derjenige, der für sein Unternehmen eine Philosophie, eine Vision, die jedes Unternehmen braucht, entwickeln will, sollte sich folgende Fragen stellen:

1. Wer sind wir? Was können wir?
Was ist unsere Kernkompetenz?
2. Welche kurz-, mittel- und langfristigen Ziele haben wir?
Wo wollen wir hin?
3. Wie ist innerhalb der Firma unser Umgang miteinander?
4. Wie wollen wir uns nach Außen darstellen?

Checkliste 2:

1. Was ist unsere Leitidee?
2. Wie erreiche ich meine Kunden? Wie halte ich sie? Welche Leistungen können wir verbessert erbringen?
3. Was ist unser Alleinstellungsmerkmal (USP)?
4. Wie gestalten wir Verantwortung und Fairness im Wettbewerb?
5. Was ist wichtig für unsere Organisation und Infrastruktur?
6. Wie sehen wir Gewinn und Finanzierung - auch im Zusammenhang mit Investitionen?
7. Wie stellen wir Innovationen und Verbesserungen sicher?

Fazit: Nehmen Sie die Zeit und die Ruhe und grübeln Sie mal ein paar Stunden über Ihren eigenen Betrieb nach. Es gibt immer viel Wichtiges zu entdecken, was vorher nicht sichtbar war, aber entscheidend sein kann für Ihre unternehmerische Zukunft. ▶

Mit Energie in die Zukunft.

Xpoint® Software

Was bringt uns das Jahr 2009?

Zumindest von Xpoint dürfen Sie sich schon mal über positive Nachrichten freuen: Neue Weiterentwicklungen werden unsere bewährte Branchen-Software noch wertvoller, praktischer und effektiver machen. Sie dürfen gespannt sein!

X-oil

Mineralölhandel

X-tanken

Tankstellenabrechnung

X-map Dispo

kartengestützte Tourenplanung

X-map Info

kartengestützter Telefonverkauf

X-LVS

Lagerverwaltung

X-Archiv

Dokumentenarchivierung

X-wärme

Wärmetechnik

X-FibuNet

Zertifizierte Finanzbuchhaltung



Unser Support ist
Montag bis Freitag
von 7-18 Uhr für Sie da!

Xpoint Software GmbH
95339 Neuenmarkt
Fon 09227 9450-0
Fax 09227 9450-10

www.XpointSoftware.de