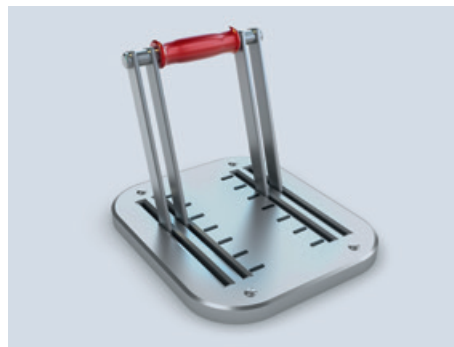


Business Performance

Gewinn und Rendite erhöhen



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

Performancetreiber erkennen

Die richtigen Stellschrauben beeinflussen

Performancetreiber erkennen

Die Performance eines Unternehmens wird durch eine Vielzahl von Treibern beeinflusst. Sie zu identifizieren ist der erste Schritt zur Verbesserung von Gewinn und Rendite. An welchen Stellschrauben anzusetzen ist, ist dabei eine wesentliche Frage, die sich sowohl dem Management als auch den Gesellschaftern oder den sie unterstützenden Organen wie dem Beirat oder dem Aufsichtsrat stellt. Jeder dieser Stakeholder setzt unterschiedliche Gewichte, je nachdem welche Steuergrößen aus der subjektiven Sicht von besonderer Bedeutung sind.

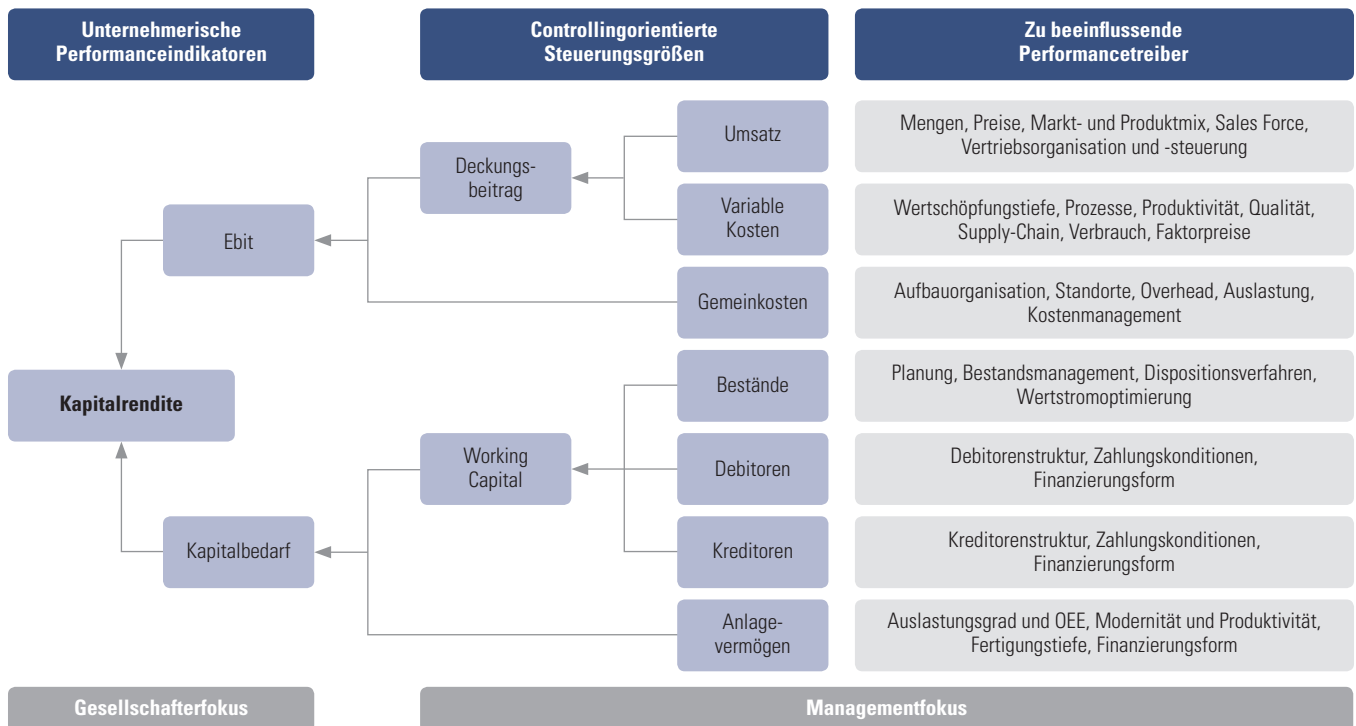
Das Ebit erhöhen

So konzentrieren sich Gesellschafter auf das Ergebnis des Gesamtunternehmens als Voraussetzung einer Ausschüttung oder die aus Ihrer Sicht zu erreichende Kapitalrendite. Konkrete Entscheidungen zur Performanceverbesserung sind Aufgabe des operativen Managements. Dieses muss folgerichtig detailliert auf die relevanten Performancetreiber Wert legen. Beide Seiten eint das gemeinsame Ziel, die Gesamtpformance zu optimieren. Das Management gestaltet alle Hebel,

die sich auf Ergebnisrechnung und Bilanz auswirken. Umsatz, variable Kosten und Gemeinkosten sind die wesentlichen beeinfluss- und steuerbaren Stellgrößen zur Verbesserung der Ertragsseite. Ansatzpunkte ergeben sich aus strukturellen Verbesserungen im Hinblick auf den angebotenen Produktmix, aus der Leistungsfähigkeit des Vertriebs, der Wertschöpfungskonfiguration oder der Organisation. Die Optimierung der Prozesse der Leistungserbringung und der Verbesserung der Produktivität sind weitere Stellschrauben.

Den Kapitalbedarf reduzieren

Der aus der Leistungserbringung resultierende Kapitalbedarf ist ein wichtiges Optimierungsfeld. Seine Reduzierung resultiert aus unterschiedlichen Quellen, wie der Gestaltung der Fertigungstiefe, einer optimierten Steuerung, beispielsweise der Bestände, oder der Nutzung zukunftsweisender Finanzierungsmodelle. Vor allem ihr kombinierter Einsatz verbessert die Finanzierungssituation in mehrerlei Hinsicht. Einerseits sinken die Finanzierungskosten, andererseits der Kapitalbedarf. Vor allem Letzterer trägt zusätzlich zur Unabhängigkeit von externen Kapitalgebern bei.



Konkurrenzfähige Kosten

Gemeinkosten und variable Kosten steuern

Ein unternehmerisches Ziel – frühes Erreichen der Gewinnschwelle

Ein robuster, früh erreichter Break Even reduziert Ergebnisrisiken, schafft wirtschaftliche Sicherheit und erweitert damit auch die unternehmerischen Freiheitsgrade. Dies gilt vor allem in Situationen, in denen der Umsatz volatil ist und die sichere Erreichung der Ergebnisziele auf der Absatzseite Risiken birgt.

Konkurrenzfähige Kosten als Erfolgsvoraussetzung

Ein konkurrenzfähiges Kostenniveau ist die wesentliche Voraussetzung, um diese Ergebnissicherheit zu gewährleisten. Variable Herstellkosten stehen dabei ebenso im Fokus wie die fixen Gemeinkosten. Konkurrenzfähige Herstellkosten setzen eine richtig dimensionierte Wertschöpfungstiefe, die effiziente Produkt- und Leistungserstellung und eine leistungsfähige Fertigungsorganisation voraus.

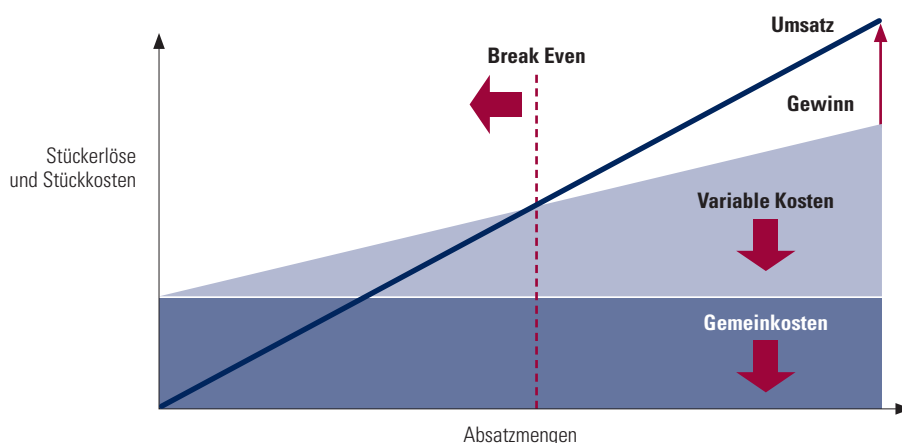
Die Gemeinkosten eines Unternehmens werden für die Unterstützung der eigentlichen Wertschöpfung benötigt. Ihr Niveau bestimmt wesentlich, wann der Break-Even erreicht wird. Allerdings ist der alleinige Fokus auf ein niedriges Fixkostenniveau nicht zielführend. Input und Output von Gemeinkostenfunktionen müssen gleichermaßen beachtet werden.

Gemeinkostenleistungen beachten

Der durch Gemeinkosten erzeugte Output leistet bei richtiger Gestaltung einen wesentlichen Beitrag zur Steuerung des Unternehmens. Ein reines Kostensenkungsprogramm kann sich demzufolge kontraproduktiv auswirken. Gemeinkosten sind folglich stets vor dem Hintergrund ihres Wertschöpfungsbeitrags zur Steuerung des Unternehmens zu bewerten und anzupassen.

Gemeinkosten optimieren

Um zu erkennen, ob Gemeinkosten konkurrenzfähig sind, benötigt es unterschiedliche Betrachtungsweisen. Benchmarks geben Hinweise, ob die Gemeinkostenstruktur als Bestandteil der Produktkalkulation überhaupt konkurrenzfähig ist. Zu hohe Gemeinkostenanteile beeinträchtigen die Wettbewerbsfähigkeit auch bei ansonsten konkurrenzfähigen Herstellkosten. Eine vorausschauende Gemeinkostenbudgetierung ermöglicht es, diese Kostenbestandteile zu begrenzen. Zu hohe Gemeinkosten erfordern eine zielgerichtete Analyse der Kostentreiber, um diese zu beeinflussen und die Gemeinkosten zu senken. Das Ergebnis ist eine Dimensionierung auf einem Niveau, das eine schnellere Erreichung der Gewinnschwelle ermöglicht.



Sales Excellence

Potenziale im Vertrieb heben ...

Der Vertrieb als zentrale Schnittstelle zum Kunden

spielt eine wesentliche Rolle für den Unternehmenserfolg. Anspruchsvollere Kunden mit zunehmendem Professionalisierungsgrad, Wettbewerber mit innovativen Geschäfts- und Erlösmodellen, steigende Informationsverfügbarkeit, fortschreitende Internationalisierung und unberechenbare politische Rahmenbedingungen verschärfen die Ansprüche an den Vertrieb.

In einem dynamischen Umfeld ist bei vielen Unternehmen die Optimierung der Vertriebskraft ein wirksamer Erfolgshebel. Gesteigerter Marktanteil, gehobene Absatz- und Preispotenziale erzeugen schließlich einen direkten GuV-Effekt. Dabei gilt es sowohl kurzfristige „Quick-Wins“ zu erzielen, als auch den Vertrieb nachhaltig auf Erfolg zu trimmen.

W&P-Sales Excellence Modell

Für eine optimale Ausrichtung des Vertriebs und der damit verbundenen Steigerung der Unternehmensperformance wird das W&P-Sales Excellence Modell erfolgreich eingesetzt. Die relevanten Erfolgshebel lassen sich anhand des ganzheitlichen Modells gezielt optimieren.

Strategische Ausrichtung

Eine enge Abstimmung von Unternehmens- und Vertriebsstrategie gibt klare Orientierung und vermeidet Reibungsverluste und Ressourcenverschwendung. Die Priorisierung von Märkten, Vertriebskanälen, Kun-

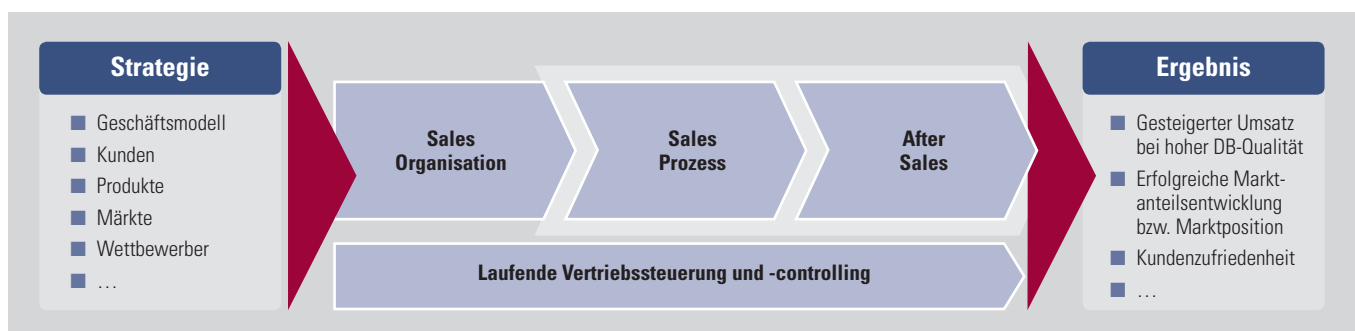
den/-gruppen und Produkten bzw. deren Kombination ist maßgeblich für die effiziente Steuerung des Vertriebsprozesses. Sowohl B2B- als auch B2C-Unternehmen sind gefordert, auch innovative Geschäfts- bzw. Erlösmodelle zu prüfen und neue Wege zum Kunden zu identifizieren und zu nutzen. Jede „Route-to-Market“-Strategie hat das Ausschöpfen der Absatzpotenziale zum Ziel, inklusive der digitalen Vertriebswege, wie z. B. Plattformen oder direktem Online-Vertrieb.

Vertriebsorganisation

Die Vertriebsorganisation fokussiert die Kräfte auf die bestehenden und potenziellen Zielkunden und schafft die Voraussetzung, sich agil auf neue Markt- bzw. Kundenanforderungen einzustellen.

Grundlegend für die optimale Gestaltung der Vertriebsorganisation sind die passenden Kompetenzbereiche mit ihrer Verzahnung zu anderen Funktionen im Unternehmen. Schnittstellenprobleme, die zu interner Beschäftigung führen und vom Kunden ablenken, gilt es abzustellen.

Neue Kompetenzfelder entstehen durch Digitalisierung: Customer Analytics, Customer Journey-Management oder Online-/Plattform-Management sind Schlagworte, hinter denen sich ein sehr konkreter Nutzen verbergen kann – dem Wettbewerb hier einen Schritt voraus zu sein, kann ein wichtiger Schritt zur Performance-Verbesserung sein.



... und Umsatz, Menge und Deckungsbeitrag steigern

Salesprozess

Die Vertriebsprozesse werden im Rahmen der Unternehmensstrategie an den Potenzialen der Kunden bzw. Marktsegmente ausgerichtet. Das Erschließen neuer Kundenpotenziale ist dabei ebenso gezielt zu steuern, wie das Absichern und Ausschöpfen von bestehenden Kundenbeziehungen. Die richtige Balance aus Absatz- und Ertrags-/DB-Steigerung ist das Ziel. Die Optimierung der zentralen Kundenprozesse umfasst alle Schritte von Kundensegmentierung, -identifikation und -ansprache, über die Angebotspräsentation und -verhandlung bis hin zum Aufbau von nachhaltigen Kundenbeziehungen. Die Berücksichtigung der internen Schnittstellen zu F&E-, Marketing, Produktion und Einkauf trägt zur gesamthafter Verbesserung der Kundenorientierung bei und reduziert interne Reibungsverluste.

Preismanagement

Preismanagement ist bekanntermaßen einer der wirksamsten Profitabilitätshebel im Vertriebsprozess. Wie sehr er zum echten Wettbewerbsvorteil und Ergebnistreiber werden kann, zeigen Unternehmen wie Amazon, die Preismanagement im wahrsten Sinne des Wortes als Wissenschaft betreiben. Häufig sind aber Preis-Algorithmen, Real-Time-Pricing oder Big Data-Analyse nicht notwendig, um signifikante Preispotenziale zu heben. Ein konsistentes Preis- und Konditionenkonzept und die konsequente Einhaltung sind aber wichtige Performancehebel.

After Sales

Im Bereich After Sales finden sich häufig unausgeschöpfte Potenziale. Sorgfältiges Beschwerdemanagement und After Sales-Leistungen wie Wartungen, Zusatzangebote, Schulungen etc. erhöhen nicht nur die Kundenzufriedenheit, sie leisten auch einen wichtigen Beitrag zur Profitabilitätsverbesserung. Dazu trägt ein leistungsfähiges CRM-System bei, das am Potenzial der Kunden ausgerichtet ist.

Höhere Vertriebsperformance als Resultat

Eine Schärfung der Vertriebskompetenz oder eine umfassende Neuausrichtung des Vertriebs sind herausfordernde aber lohnenswerte Aufgaben. Ein leistungsstarker Vertrieb schafft auch in dynamischen Märkten den Balanceakt aus Kundennähe und interner Effizienz. Er sorgt für Markterfolg, der in Marktanteil und Absatz gemessen werden kann, während er die Kunden- und Unternehmensprofitabilität steigert.

Gerade aufgrund der hohen Bedeutung des Vertriebs sollte dieser regelmäßig, mit Hinblick auf Performance und marktgerechter Organisation hin, optimiert werden. An kaum einer anderen Stelle im Unternehmen sind die dabei zu bewirkenden GuV-Effekte so schnell und auch nachhaltig zu erwirken.

Erfolgsfaktoren für Sales Exzellenz	
Strategie	Klare Zielrichtung für alle Beteiligten durch Synchronisation von Unternehmens- und Vertriebsstrategie
	Kein Verzetteln durch Fokus auf Märkte, Vertriebskanäle, Kunden und Produkte
Organisation	Kraft „auf die Straße bringen“ durch eine Organisation, die sich an den strategischen Prioritäten orientiert
	Qualität und Effizienz durch die richtigen Mitarbeiter an den richtigen Stellen der Organisation
Salesprozess	Hoher Markterfolg durch starke Kundenorientierung aller Sales Prozesse
	Reibungslose Abläufe durch passende Schnittstellen zu anderen Abteilungen
	Agilität und Freiräume durch effiziente Prozesse mit hohem Automatisierungsgrad standardisierter Abläufe
Preismanagement	Strategische Preispositionierungen pro Marktsegment geben Orientierung und vermeiden Inkonsistenzen
	Preismodell- und Preis- bzw. Konditionengestaltung steuert Kundenverhalten und schöpft Potenziale aus
After Sales	Ausschöpfung des Ertragspotenzials der Kunden durch After Sales-Leistungen und Betreuung
	Individuelle Kundenansprache und -betreuung durch leistungsstarkes CRM-System



Operative Exzellenz

Relevante Wertetreiber identifizieren ...

Durch operative Exzellenz werden alle Wertetreiber in Richtung einer höheren Kapitalrendite beeinflusst. Konkret geht es um fünf Handlungsfelder, die im Rahmen von operativer Exzellenz das EBIT steigern und den Kapitalbedarf senken.

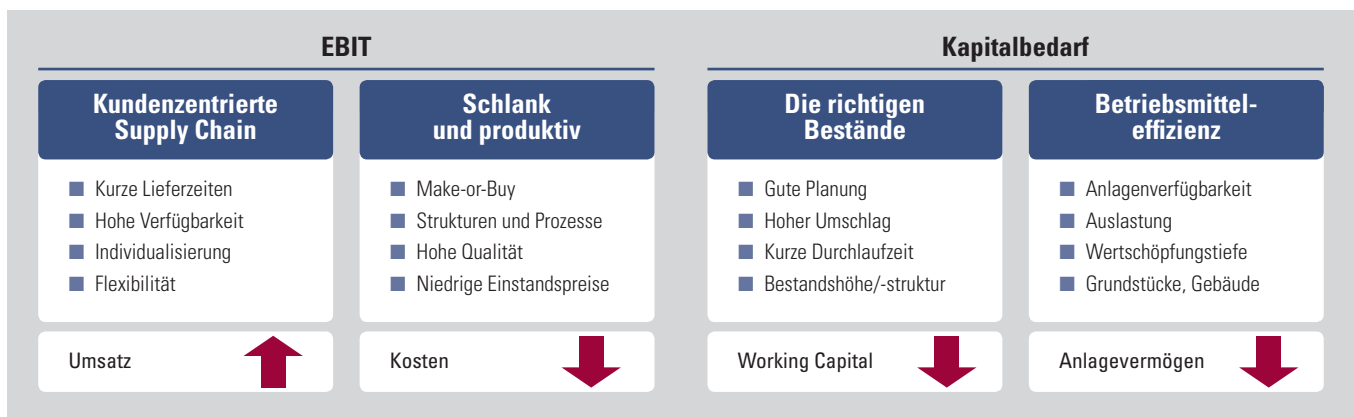
Digitalisierung

Die Digitalisierung ist allgegenwärtig und wirkt sich immer stärker auf Unternehmen aus. Digitales Wissen ermöglicht zum einen, die Kunden und deren individuelle Bedürfnisse besser zu verstehen und bedienen zu können. Zum anderen gibt es durch die Digitalisierung neue Möglichkeiten, die Unternehmensprozesse zu integrieren und Effizienzpotenziale auszuschöpfen. Folglich können die Leistungen für Kunden nicht nur individueller, schneller und flexibler erbracht werden, sondern auch kostengünstiger. Somit spielt die Digitalisierung zur Wettbewerbsdifferenzierung und als Effizienztreiber eine entscheidende und übergeordnete Rolle für die operative Exzellenz in allen Unternehmen.

Control-Tower – Transparenz und Steuerung

Ein gezieltes Steuern und Optimieren von Unternehmen ist eine der Hauptaufgaben des Managements. Eine zentrale Voraussetzung dafür ist Transparenz und ein durchgängiges Kennzahlensystem mit entscheidungsrelevanten KPIs. Jeder Mitarbeiter sollte die für sich relevanten Kennzahlen und Zielabweichungen kennen, um in einem Prozess der hierarchieübergreifenden Regelkommunikation konkrete Handlungen im Sinne der ganzheitlichen Unternehmensziele ableiten zu können.

In Zeiten der Digitalisierung entwickelt sich ein Echtzeit-Reporting mit mobilen Zugriffsmöglichkeiten genauso zum Standard wie Big Data Analytics zur besseren Prognose und Entscheidungsautomatisierung. Durch die Vielzahl an zusätzlich verwertbaren Informationen im Unternehmen sowie der voranschreitenden Vernetzung mit Kunden und Lieferanten, wird zudem die funktions- und unternehmensübergreifende Sichtbarkeit und Optimierung ermöglicht.



... und durch die Bearbeitung von fünf Handlungsfeldern wirksam optimieren

Supply Chain Exzellenz

Die Leistungsfähigkeit der Wertschöpfungskette wird immer mehr zum kritischen Erfolgsfaktor und Differenzierungsmerkmal. Ziel ist ein optimaler Material- und Informationsfluss entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Individuelle Services, Flexibilität, kurze Lieferzeiten und eine hohe Verfügbarkeit zahlen sich in einer hohen Kundenzufriedenheit und steigenden Umsätzen aus.

Haupthebel dafür sind die stärkere Integration von Kunden und Lieferanten sowie das Aufbrechen der Silos im eigenen Unternehmen, u. a. durch eine kollaborative Planung mit wichtigen Kunden oder eine integrierte Sales and Operations Planung (S&OP). Im Ergebnis können Kosten und Bestände gesenkt und gleichzeitig die Verfügbarkeit erhöht werden.

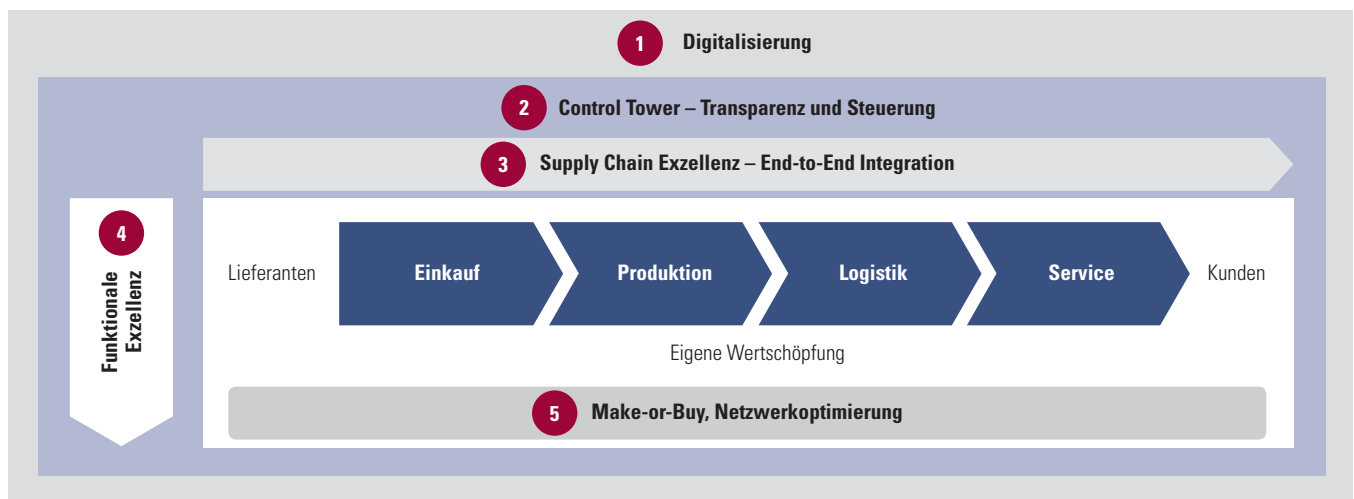
Funktionale Exzellenz

Kontinuierliche Verbesserungen wirken dem zunehmenden Wettbewerbsdruck entgegen und schaffen durch laufende Produktivitätssteigerung und Kostensenkung höhere Gewinne und unternehmerische Freiheitsgrade.

Durch einen professionellen Einkauf können Potenziale an dem meist größten Kostenblock in der GuV realisiert werden. Die Produktion entwickelt sich über einen Lean-Ansatz mit schlanken Prozessen, hoher Qualität und kurzen Durchlaufzeiten weiter in Richtung smarter Fabrik. Im Zusammenspiel mit der Instandhaltung kann die Anlageneffektivität (OEE) gezielt erhöht und somit unnötige Investitionen für Kapazitätserweiterungen vermieden werden. Durch schlanke Strukturen und Prozesse im Bereich Logistik und Service wird ebenfalls ein wichtiger Ergebnisbeitrag geliefert.

Make-or-Buy und Netzwerkoptimierung

Make-or-Buy-Entscheidungen sollten auf Basis von langfristig relevanten Kernkompetenzen getroffen werden. Die strategische Optimierung der sich ergebenden Wertschöpfungsarchitektur ist zur Steigerung der Kapitalrendite von großer Bedeutung: Eine hohe Kundennähe, schnelle Reaktions- und Lieferzeiten, effiziente Strukturen und Prozesse sowie Flexibilität im Produktions- und Logistikverbund führen zu mehr Umsatz, geringeren Kosten, niedrigeren Beständen und weniger Investitionen.



Kapitalbedarf und Finanzierung

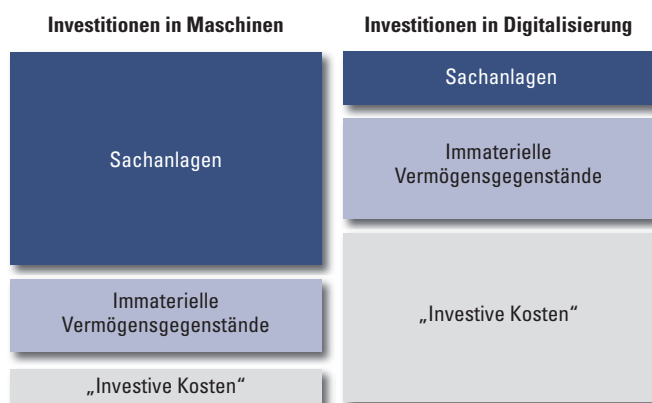
Die finanzielle Unabhängigkeit sichern

Niedriger Kapitalbedarf bedeutet Unabhängigkeit

Kapitalbedarf und der Zugang zu Finanzierungsmitteln bilden eine wesentliche Grundlage der unternehmerischen Freiheit und Unabhängigkeit. Die Vermeidung unnötiger Kapitalbindung im Umlauf- und Anlagevermögen ist der erste Schritt in diese Unabhängigkeit. Was es nicht gibt, muss auch nicht finanziert werden. Um diese ebenso einfache wie wirksame Erkenntnis in die Tat umzusetzen, bedarf es einer entsprechenden Gestaltung der Aktivseite des Unternehmens.

Strukturierung der Aktivseite

Sachanlagen bilden in Produktionsunternehmen die Grundlage der Leistungserstellung. Ihre Auslastung und Flexibilität bestimmen den Bedarf an Investitionen und damit an Kapital. Eine zielgerichtete Investitionsstrategie, die diese Aspekte der Kapitalbindung einschließt, ist zentrales Element der Kapitalbedarfssteuerung. Bestand und Forderungen sind Treiber vor allem im operativen Bereich eines Unternehmens, abhängig von der Qualität der Prozesse im Unternehmen. Diese zu gestalten trägt wesentlich dazu bei, den Kapitalbedarf zu senken.



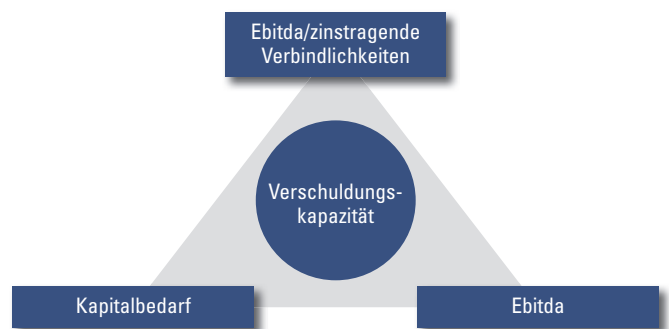
Die Auswirkungen der Digitalisierung beachten

Die Digitalisierung von Produkten und Prozessen verändert den Charakter von Investitionen und damit der Bilanz. „Investive“ Kosten treten an die Stelle von beleihungsfähigen Sachwerten. Dies verändert zwangsläufig die Passivseite eines Unternehmens.

„Investive Kosten“ sind notwendige, dabei jedoch ergebnisrelevante Vorleistungen in die Zukunft des Unternehmens. Sie entziehen sich jedoch aufgrund einer begrenzten Aktivierbarkeit dem Ausweis als Vermögenswert und fließen über die Ergebnisrechnung unmittelbar in das Eigenkapital des Unternehmens ein. Das Unternehmen muss für diese Form der Finanzierungserfordernisse tragfähige Konzepte entwickeln, um die Realisierung der Zukunftsanforderungen abbilden zu können.

Die Verschuldungskapazität optimieren

Die Relation von Ebitda zu zinstragenden Verbindlichkeiten beschreibt die Verschuldungskapazität eines Unternehmens. Sie stellt eine wesentliche Steuerungsgröße für die Finanzierung dar. Fremdkapitalgeber werden dies im Blick haben, wenn ein Unternehmen Finanzierungsmittel nachfragt. Die Aufgabe einer zielgerichteten Finanzierung besteht in dem aktiven Management der entsprechenden Einflussgrößen, sei es durch Erhöhung des Ebitda oder die Reduzierung des zu finanzierenden Vermögens.



Den Kapital- und Finanzierungsbedarf aktiv managen

Ein aktives Management des Finanzbedarf reduziert einerseits den Kapitalbedarf und verbessert andererseits die Kapitalverzinsung. Damit kommen das Unternehmen und seine Stakeholder dem Ziel der Unabhängigkeit aus eigener Kraft nahe.

Gewinn- und entscheidungsorientierte Unternehmenssteuerung

Gewinn kommt nicht von alleine

Das Unternehmen gewinnorientiert steuern

Voraussetzung für die Erzielung von Gewinn sind richtige Entscheidungen des Managements. Diese erfordern wiederum verlässliche und vor allem entscheidungsorientierte Informationen. Die Qualität der Steuerungssysteme und vor allem das Controlling eines Unternehmens sind dafür verantwortlich, diese Informationen bereitzustellen. Ein Management möchte das Entstehen von Gewinn nicht dem Zufall überlassen. Die Gestaltung der Informationsversorgung ist daher eine wesentliche Managementaufgabe. Denn je besser die Information, desto qualifizierter die Entscheidung.

Die richtigen Informationen bereitstellen

Information ist nicht gleich Information. Viele Unternehmen und deren Führungskräfte leiden unter Informationen, die zu wenig auf ihre Entscheidungsbedürfnisse oder das Geschäftsmodell des Unternehmens abgestimmt sind. Verändern sich Geschäftsmodelle in einem dynamischen Umfeld, so müssen sich auch die Steuerungssysteme neu ausrichten. Nichts ist problematischer als die Nutzung von Steuerungsinformationen, die die Erfolgsfaktoren eines Geschäftsmodells nicht oder nur unzureichend widerspiegeln.

Unternehmerisch denken anstatt routinemäßig informieren

Die meisten Unternehmen haben entweder ein Zuwenig an relevanten Informationen oder ein Zuviel an Daten. Beides erschwert Entscheidungen.

Monatlich vom Controlling zusammengestellte Routineinformationen erklären zwar Plan-Ist Abweichungen und erleichtern vor allem die Rechtfertigung von Verantwortlichen. Dies bringt aber ein Unternehmen nicht voran und erschließt keine zukünftigen Ertragspotenziale. Die unternehmerische Perspektive kommt zu kurz. Wichtig und erforderlich sind in die Zukunft gerichtete Informationen und Erkenntnisse. Diese müssen zu konkreten Entscheidungen, Maßnahmen und Aktivitäten führen. Je mehr ein Unternehmen seine Informationen auf unternehmerische Belange und das unternehmerische Denken ausrichtet, desto besser wird die gewinnorientierte Unternehmenssteuerung.

Das Controlling auf Performance ausrichten

Um dies zu erreichen, sollte das Controlling mit der Frage auf den Prüfstand gestellt werden: „Wie gewinn- und ertragsorientiert sind die Controllinginformationen aus der unternehmerischen Perspektive tatsächlich?“



Organisationspotenziale nutzen

Performanceziele nachhaltig verwirklichen

Die richtige Organisationskonfiguration ist eine wesentliche Bedingung für mehr Ertragskraft und die Hebung von Renditepotentialen

Die Unternehmensorganisation erfüllt vielfältige Aufgaben. Sie bestimmt die Führungssysteme, bildet Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortlichkeiten ab, muss die Mitarbeiter binden und motivieren und wirkt über die Sachmittel- und Personalallokation als Kostentreiber. Jedes Projekt zur Performancesteigerung muss sich intensiv und kritisch mit der Organisation auseinandersetzen. In dieser Hinsicht wirft die Organisation etliche Fragen auf:

- Unterstützt sie die Erreichung unternehmerischer Ergebnisziele?
- „Passt“ sie für das Geschäftsmodell heute und in Zukunft?
- Ist sie anpassungsfähig genug, um sich zentralen Variablen in Markt und Wettbewerb zu stellen?
- Eignet sie sich zur ertragsorientierten Führung und Steuerung?
- Bildet sie die Ergebnisverantwortung des Managements richtig ab?
- Sorgt sie für unternehmerische Motivation auf den richtigen Führungsebenen?
- Verursacht sie strukturell und prozessual wettbewerbsfähige Kosten?

Die Organisation muss eindeutig auf diese Fragen antworten und bildet einen essentiellen Gestaltungsparameter des Top-Managements. Durch die Organisationskonfiguration prägt das Management die Performance des Unternehmens langfristig.

Den Nutzen der Organisation maximieren

Performancesteigerung im Unternehmen bedeutet immer, den Nutzen der Organisation zu gestalten. Das heißt konkret, die Aufgabenebenen und Zeithorizonte aufeinander abzustimmen und damit

- die Organisation als Rahmen für strategische Weichenstellungen und Entscheidungen zu begreifen, die die nachhaltige Ertragskraft und die Zukunftsfähigkeit ermöglicht und/oder sichert.
- die Organisation als Plattform für operative Entscheidungen auszurichten, die eine schlagkräftige, schlanke Führungsorganisation abbildet und die Organisationskosten stets im Auge behält.
- die Organisation bei Routineentscheidungen und -prozessen durch Digitalisierung, Algorithmisierung und Flexibilisierung wettbewerbsfähig halten.

Die Nutzenoptimierung der Organisation zahlt unmittelbar über Zeit-, Kosten- und Wettbewerbsvorteile auf die Performance ein.

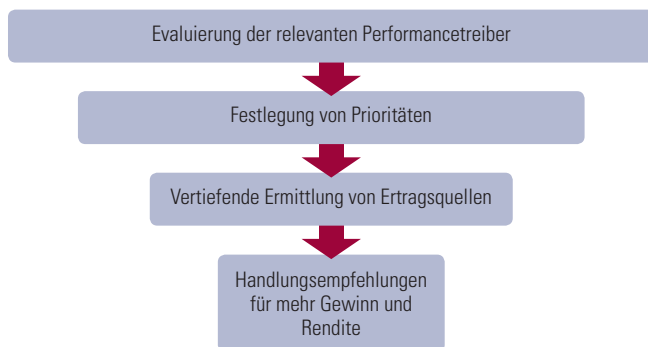


Das Ergebnis und der Nutzen

Nachhaltige Steigerung der Performance

Systematische Vorgehensweise von W&P

Die Vorgehensweise von W&P in Projekten zur Performancesteigerung zeichnet sich durch ein hohes Maß an Systematik aus. Eine erste Evaluierung von möglichen Performancetreibern bildet die Grundlage für die Prioritäten im Rahmen des weiteren Projektes.



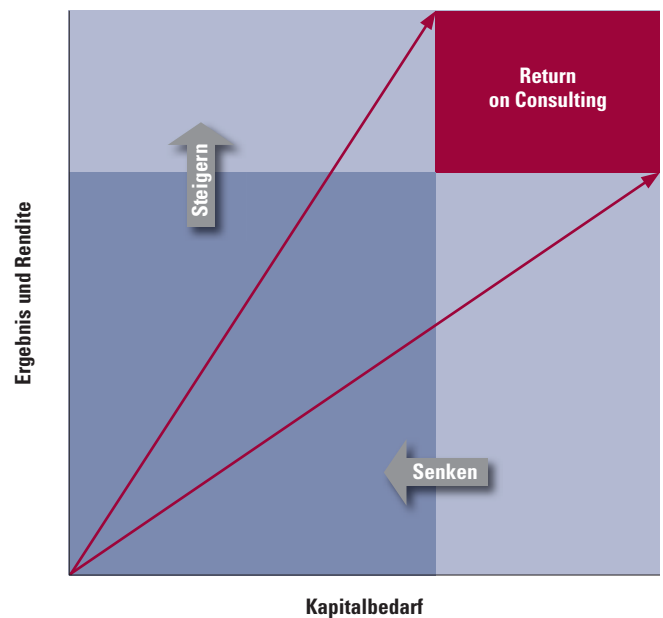
Grundlage für diese Prioritäten können Hypothesen des Unternehmens sein, Erfahrungswerte von W&P, ein Benchmarking basierend auf der Performance von Unternehmen und Funktionen oder die Ableitung von Arbeitshypothesen auf Grundlage von Gesprächen und Workshops im Unternehmen. Diese ebenso strukturierte wie fokussierte Vorgehensweise trägt dazu bei, sich schnell und pragmatisch ein Bild darüber zu verschaffen, wo mögliche Ertragsquellen zur Verbesserung der Performance bestehen.

Verschiedene Blickwinkel mit W&P einbeziehen

Bei einem Projekt zur Steigerung der Business Performance gewährleistet der Projektansatz von W&P, dass die Potenziale aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet und ermittelt werden. Nicht nur eine Kostensenkung oder eine Umsatzsteigerung als Einzelaspekt stehen im Vordergrund. Die Systematik von W&P stellt sicher, dass alle Aspekte in die Verbesserung von Gewinn, Rendite und Kapitalbedarf einfließen. Auf diese Weise finden alle Stellhebel der Performanceverbesserung Eingang in ein Projekt.

Der Nutzen eines W&P Projektes zur Steigerung der Performance

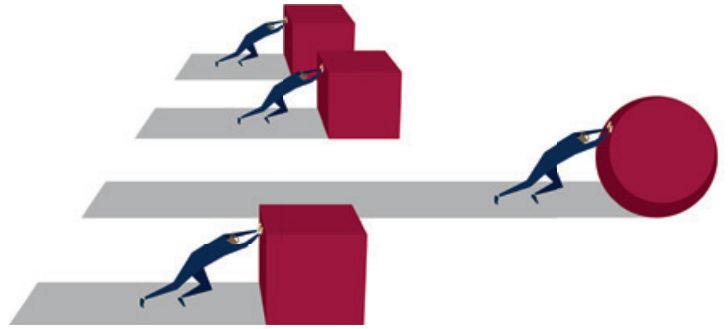
Durch diese Vorgehensweise tragen Projekte von W&P dazu bei, zielgerichtet Ertragspotenziale zu ermitteln, den Kapitalbedarf zu senken und die Finanzierung auf die Erfordernisse des Unternehmens auszurichten. W&P Projekte zur Performanceverbesserung zeichnen sich durch einen hohen Konkretisierungsgrad aus. Dies führt zu einem raschen „Return on Consulting“, der aus konkreten Maßnahmen messbare Ergebnis- und Kapitalbeiträge erzielt.



Kurz- und langfristige Ergebnisse erzielen

Die Realisierung von Performanceverbesserungen kann kurz- und langfristige Auswirkungen auf Ergebnis und Bilanz haben. Je nach Unternehmens- und Ausgangssituation wird der Fokus des Projektes auf die erforderlichen Schwerpunkte gelegt. W&P beachtet infolge der ausgeprägten unternehmerischen Sichtweise stets ein ausgewogenes Verhältnis von kurz- und langfristigen Aspekten. Damit stellen wir sicher, dass nicht zwecks schneller kurzfristiger Erfolge die langfristigen und dauerhaften Performanceperspektiven eines Unternehmens beschnitten werden. Dies unterscheidet eine Performancesteigerung durch W&P von kurzfristig ausgerichteten Kostensenkungsprojekten.

Wir gestalten Erfolge



STRATEGIE

INNOVATION & NEW BUSINESS

DIGITALISIERUNG

FÜHRUNG & ORGANISATION

MARKETING & VERTRIEB

OPERATIONS

CORPORATE RESTRUCTURING

PERFORMANCE IMPROVEMENT

FINANCE

INSOLVENZBERATUNG

CONTROLLING

Dr. Wieselhuber & Partner ist das erfahrene, kompetente und professionelle Beratungsunternehmen für Familienunternehmen und Sparten bzw. Tochtergesellschaften von Konzernen unterschiedlicher Branchen.

Wir sind Spezialisten für die unternehmerischen Gestaltungsfelder Strategie, Innovation & New Business, Digitalisierung, Führung & Organisation, Marketing & Vertrieb, Operations, Performance Improvement, Finance und Controlling, sowie die nachhaltige Beseitigung von Unternehmenskrisen durch Corporate Restructuring und Insolvenzberatung. Weiterhin bündeln wir unsere Kompetenzen unabhängig von Branche und Funktion in unseren Fokusthemen Familienunternehmen, Industrie 4.0, Zukunftsmanagement, Komplexität und agiles Management.

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 zum Nutzen des Unternehmens und seiner Stakeholder. 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.



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

info@wieselhuber.de
www.wieselhuber.de