



Chef erwartet unternehmerisches Denken! Was sollen wir jetzt tun?

„Wir erwarten unternehmerisches Denken!“ ist der Satz, der sehr oft von der Geschäftsleitung oder dem TOP-Management ausgesprochen wird. Wenn dies auch bei Ihnen der Fall ist, dann muss ich Sie leider enttäuschen. Ihr Wunsch wird nie in Erfüllung gehen!

Mit dieser Erwartungshaltung macht man es sich zu einfach. Würden Ihre Mitarbeiter unternehmerisch denken, wären Sie nicht Ihre Angestellte sondern Ihre Wettbewerber!

Wie Mitarbeiter dennoch unternehmerisch sinnvolle Entscheidungen treffen, lesen Sie in der heutigen Ausgabe.

Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen!

Ihr Fuat Akar



Die Abteilungsziele verhindern

unternehmerisch sinnvolle Entscheidungen!

Der Einkauf muss Beschaffungskosten um x% senken, damit der Gewinn des Unternehmens gehalten oder gesteigert wird. So oder ähnlich könnte ein lokales Ziel formuliert sein. Das Problem bei der Sache ist nur, dass der Einkauf dies sogar in den meisten Fällen schafft! Manchmal sogar Jahr für Jahr. Problematisch ist dies deshalb, da diese Zielerfüllung oftmals zu Lasten anderer Bereiche geht. An dieser Stelle muss ich sicherlich nicht weiter auf den weltweit bekannten „Lopez-Effekt“ eingehen.

Ein weiteres weit verbreitetes Ziel lautet: Der Vertrieb muss den Umsatz um x% steigern! Ich habe selbst mit angesehen, wie viel Aktionismus an der Front betrieben wird, um dies zu erreichen. Und... auch hier ist man „leider“ bei genug Energieeinsatz oft erfolgreich.

Beschreibe mein Ziel und so werde ich mich verhalten!

Die oben beschriebenen Zielsetzungen lösen ein Verhalten aus, welches aufgrund der lokalen Betrachtung – also im Einkauf einzusparen – sehr oft negative Folgen auf das globale / gesamte Unternehmen mit sich zieht. So leidet die Qualität bzw. die Bereitschaft der Lieferanten unter dem Kostendruck. Somit erfüllen nach einiger Zeit des Preisdrückens die Lieferanten nur noch den Vertrag. In oft vorkommenden Materialengpässen wird man nicht unbedingt daran denken Ihnen einen Gefallen zu tun und das Wochenende durchzuarbeiten oder aber es wird sehr teuer! Es fehlt auch die Eigeninitiative für Optimierungen, da man denkt die Einsparungen ohnehin abgeben zu müssen. Kurzum die Partnerschaft leidet und es entwickelt sich eine zähe Geschäftsbeziehung mit wenig positiven Effekten.

Was aber das negative an einer Umsatzsteigerung sein könnte, fragen Sie sich nun bestimmt? Na die Umsatzsteigerung! Ohne eine besondere Formulierung des Rohertrags (auch Deckungsbeitrag I genannt) steigt der Umsatz sehr oft zu Lasten des Ertrages. Sie werden überrascht sein, wenn Sie Ihre Rohertrags-Situation einmal unter die Lupe nehmen. Es werden Produkte, Aufträge, Kunden dabei sein, wo man lieber auf den Umsatz verzichtet hätte! Fragen Sie Ihr Controlling nach den Zahlen und Sie werden es erleben! Hinzu kommt, dass Sie dafür noch Prämien, Provisionen oder weitere Ausgaben getätigt haben, damit es soweit kommt.

Der Umsatz steigt seit Jahren – die Rendite aber nicht!

Die oben beschriebenen Situationen sind häufig der Grund dafür, dass Unternehmen zwar Umsatzwachstum erleben, aber die Rendite nur linear bzw. konstant mitläuft. Grund dafür ist schlichtweg, dass mit mehr Umsatz – also mit mehr „Geschäft“ das Unternehmen auch mehr beschäftigt wird. Ihre Kosten in Personal, Gebäude, Infrastruktur, Verwaltung, Lager&Logistik steigen also ebenfalls.

Exponentielles Gewinn-Wachstum kann nur erreicht werden, wenn man die oben genannten Fehler vermeidet, indem man keine lokalen Ziele sondern globale Ziele beschreibt und mindestens den Vertrieb von Umsatz auf Rohertrags-Provision umstellt. Den Einkauf mindestens mit gleicher Gewichtung auf Lieferfähigkeit und Lagerbestand bemisst. Ich verrate Ihnen eine Maßnahme, die Sie sogar sofort umsetzen können: Vermeiden Sie es neue Läger anzumieten, wenn Sie aktuell nicht wirklich eine Wachstums-Welle erleben. Somit kann der Einkauf keine hohen Mengen zu günstigen Preisen mehr einkaufen und muss sich intensiver mit dem Beschaffungsprozess befassen.

Mit Materiallägern verhält es sich nämlich wie mit den Kleiderschränken unserer Damen: Der neue Kleiderschrank wird auch bald voll sein. Garantiert! Und genauso wenig, wie Frauen wie Männer denken, denkt ein Angestellter unternehmerisch! Sonst wäre er kein Angestellter, sondern Unternehmer!

Es kann nur ein Ziel geben

Ihre Mitarbeiter müssen verstehen, warum der Umsatz weniger relevant ist als der Rohertrag. Sie müssen den Sinn darin erkennen, dass mehr zu günstigen Preisen einzukaufen schädlicher ist, als weniger zu augenscheinlich höheren Preisen – aber mit maximaler Flexibilität. Wie oft werden Restbestände verschrottet, da der Markt auf der Kundenseite sich flexibler gestaltet als das Verhalten des Einkaufs auf Beschaffungsseite? Diese kaum durchschaubaren Zahleneffekte stellen oft sogar noch eine Einsparung im Controlling dar, obwohl an anderer Stelle der Bilanz hunderttausende Euros abgeschrieben oder verschrottet werden.

Meine Empfehlung: Prüfen Sie doch gleich einmal welche Zielsetzungen und Kennzahlen in Ihren Unternehmensbereichen gelten und ob diese wirklich alle auf ein globales Unternehmensziel hinwirken oder nur lokal eine Verbesserung erzielen.

Meiner Meinung nach ist diese „gemeinsame Sprache“ durchgängig zu beherrschen. Sogar in der Produktion, wodurch die Bedarfsmeldungen für den Einkauf resultieren. Wenn alle Bereiche die gleiche Sprache sprechen und durch Ihre angepassten Zielsetzungen automatisch auf das globale Ziel zusteuern, erfolgt ein sinnvolles Verhalten, welches man auch „unternehmerisch“ nennen könnte!

Dass dies keine blanke Theorie ist, beweisen unsere [Kundenstimmen](#).

Kontakt | Empfehlung | Veranstaltungen

Wenn Ihnen dieser Newsletter gefallen hat, dann leiten Sie diesen doch einfach weiter.

Ihre Geschäftspartner können sich über folgenden Link als Empfänger eintragen. Dafür bedanke ich mich schon mal recht herzlich!

Im Archiv finden Sie auch weitere Ausgaben, die Sie interessieren könnten.

[Newsletter-Anmeldung](#)



Sie wollen mehr über echte Produktivität und exponentielles Wachstum erfahren?

[Sehen Sie hierzu das Video zu meiner Impulsrede auf dem "Management Innovation Camp 2016" in Essen.](#)

Sie planen eine Führungskräfteveranstaltung und möchten neue Wege zum Erfolg kennen lernen? Als Experte für exponentielles Wachstum halte ich gerne einen inspirierenden Impulsvortrag auf Ihrem Event und veranschauliche den Teilnehmern, wie durch gezielte Maßnahmen garantiert schon innerhalb weniger Wochen Ihr Gewinn signifikant gesteigert werden kann.

Referenzen zu solchen Ergebnissen, erhalten Sie gerne auf Anfrage.

Impressum

PROZESSREICH GmbH
UNTERNEHMENSGESTALTUNG

Ulmer Straße 9 • 71732 Tamm

Fon: +49 7141 13396-31 • Mobil: +49 171 557 1912

Fax: +49 7141 13396-32

mail@prozessreich.de • www.prozessreich.de

Amtsgericht Stuttgart • HRB 757504

Sitz: Tamm • Geschäftsführer: Fuat Akar

Verantwortlich für den Inhalt:

Fuat Akar

Ulmer Str. 9

71732 Tamm

Umsatzsteuer-ID: DE307089997

DISCLAIMER: Es wird keinerlei Haftung für Übermittlungsfehler, Richtigkeit oder Vollständigkeit der Angaben übernommen. Die Nennung von Produkten anderer Hersteller oder Anbieter dient ausschließlich zur Information und stellt keinen Warenzeichenmissbrauch dar. Hinsichtlich der Auswahl, Leistung oder Anwendung dieser Produkte oder Dienstleistungen wird keinerlei Gewähr übernommen.

Wenn Sie den Newsletter nicht mehr erhalten möchten, können Sie sich [hier](#) abmelden.