



„Auf zu neuen Ufern mit vorhandenen Kompetenzen“ V4

Die Corona-Krise und die damit verbundenen Auswirkungen haben fraglos unser aller Leben schlagartig verändert und dabei vor allem auch KMUs schwer getroffen. Doch während die einen zunehmend in dieser Krise unterzugehen drohen, erkennen die anderen darin eine Chance und machen sich auf den Weg zu neuen Ufern. „Inmitten dieser fragilen Zeit?“ werden Sie sich fragen. Wie dies tatsächlich gelingt und wie Ihnen dabei Offenheit, der Verdrängungswettbewerb und die Rückbesinnung auf Ihre Kernkompetenzen helfen, erfahren Sie in nachfolgend.

Autor: Hans-Jörg Bley, Dipl.-Betriebswirt (BA), Wirtschaftsmediator (KSFM), Senior-Projektleiter

Auf jede Krise folgt ein Aufschwung. Das ist eine alte Weisheit. Sie kann mittels eines Blicks auf die Statistik des Bruttoinlandsprodukts (BIP) während und nach der letzten Wirtschaftskrise bewiesen werden. Dennoch gilt: Wer einfach abwartet, der wird verlieren! Dies gilt auch für die noch nie dagewesenen Herausforderungen in der Corona-Krise. Auch heuer gibt es wieder Corona-Gewinner und Corona-Verlierer. Es wird ein vielversprechendes wirtschaftliches Leben mit oder nach Corona geben. Die Unternehmen müssen jedoch bereits während der Krise die strategischen Weichen für die Zukunft stellen, um gerüstet zu sein.

Schauen wir uns die Veränderungen der BIP-Zahlen in Krisenzeiten an:

Wirtschaftskrise 1967:

Krisenjahr 1967: -0,3%

Nachkrisenjahr 1968: + 5,5%

Ölkrise:

Krisenjahr 1975: -0,9%

Nachkrisenjahr 1976: +4,9%

Finanzkrise:

Krisenjahr 2009: - 5,7%

Nachkrisenjahr 2010: + 4,2%

Quelle: Statistisches Bundesamt

Es wird deutlich, dass Krisen jederzeit eintreten können. Dennoch sind sie auch immer eine Chance für die aktiven Unternehmer, welche den Kopf nicht frustriert in den Sand stecken, Gelegenheiten zu erkennen und aktiv gegenzusteuern. Gerade in diesen schwierigen Zeiten braucht es Mutmacher. Das können die Offenheit für neue Geschäftsideen auf Basis der vorhandenen Kernkompetenzen, die Ausnutzung der Folgen des Verdrängungswettbewerbs oder auch die Rückbesinnung auf die Kernkompetenzen des eigenen Unternehmens sein.

Offenheit

Das wache Unternehmen muss gerade in Corona-Zeiten offen für neue Geschäftsideen sein und neue Wege mit organischem Wachstum gehen. Die Wege brauchen eine Mittellinie, um erfolgreich zu sein. Diese Linie besteht aus den vorhandenen Kernkompetenzen auf Produktebene – also die Ausnutzung der Fähigkeiten im Kerngeschäft. Eine Skalierung hat eine hohe Erfolgswahrscheinlichkeit. Diese kombiniert mit Lern- und Anpassungsfähigkeit der Unternehmensorganisation ist zukunftsweisend. Die daraus resultierende Kernfrage ist: In welchen anderen Branchen oder bei welchen neuen Kunden kann mein seit vielen Jahren erfolgreiches Produkt mit leichten Anpassungen erfolgreich eingeführt werden? Entlang dieser gelebten Kernkompetenzen gilt es links und rechts des Weges kreative Ansätze in neue Branchen mit neuen Kunden zu identifizieren und diese mit entsprechenden Marketingwerkzeugen zu begeistern.

Aber auch die Revitalisierung von Bestandskunden auf Basis dieser skalierten, neuen Ideen bietet bisher unerkannte Wachstumschancen. Bei diesen Kundengruppen ist die Erfolgchance sogar noch größer, weil das Unternehmen dort als Partner bereits bekannt ist.

Die bisherige Wachstumsstrategie darf also auch in Corona-Zeiten nicht komplett aufgegeben werden. Sie muss jedoch entsprechend beobachtet, analysiert und angepasst werden.

Verdrängungswettbewerb

Leider sind die Folgen einer Wirtschaftskrise wie die aktuelle Corona-Krise für Unternehmen mit einer risikobehafteten Kunden- / Branchenstruktur oftmals dramatisch. Die Krise deckt Schwachstelle auf und bestraft diese nachhaltig. Die Krise bietet über die Marktberreinigung aber auch Chancen. Es gibt Yin und Yang, es gibt schwarz und weiß und es gibt zwei Seiten einer Medaille. Die einen ringen um ihre Existenz und die anderen können sich vor Aufträgen nicht retten. Durch das Wegfallen von Marktbegleitern werden neue Märkte für die wachen Unternehmen geöffnet und sie können die entstandenen Lücken füllen.

Ein durchaus sinnvoller Ansatz kann auch die Suche nach einem Partner sein, der synergetische Ziele verfolgt. Investitionen sind oftmals teuer und können im Verdrängungswettbewerb leichter gemeinsam bewältigt werden.

Rückbesinnung

Die Steinbeis-Stiftung hat mit dem Unternehmens-Kompetenzcheck (UKC) eine systematisch und methodisch fundierte Analyse entwickelt, um wichtige Handlungsfelder zur Kostenreduktion, Prozessverschlanung und Unternehmenswachstum zu erkennen (<https://steinbeis-ukc.de/ukc/>). Gerade in Corona-Zeiten und Zeiten des digitalen Wandels sind die Rückbesinnung auf die vorhandenen Kernkompetenzen, Fähigkeiten und Ressourcen entscheidend für die Zukunftssicherung von Unternehmen. Der UKC bildet eine web-basierte ganzheitliche Analyse der Unternehmenskompetenzen und legt den Grundstein für den nachhaltigen Unternehmenserfolg. Die Auswertung des UKC verdeutlicht die Stärken des Unternehmens und legt die Schwächen offen. Beides bietet eine solide Grundlage für die notwendigen Schritte zum Ausbau der Wachstumsstrategie.

Die Auswirkungen der Corona-Krise werden uns über viele Jahre hinweg begleiten. Von einer „neuen Normalität“ ist gar mittlerweile die Rede. Lassen Sie Ihrer Offenheit freien Lauf und gehen Sie die Dinge an, die jetzt verändert werden müssen. Analysieren Sie Ihre Kernkompetenzen auf Produkt- und Unternehmensebene, um nachhaltiges Wachstum zu generieren. Nutzen Sie die Chancen, die durch den Verdrängungswettbewerb entstanden sind.

Denken Sie dran: Wer einfach abwartet, verliert! Nutzen Sie die Krise, um die Position des Unternehmens zu stärken. Nur ein Unternehmen, das die Weichen gestellt hat, kann mit Mut und Kraft gestärkt aus der Krise kommen und den Aufschwung richtig mitnehmen. Denn dieser kommt bekanntlich gewiss.

Autorenkontakt:

Hans-Jörg Bley

Dipl.-Betriebswirt (BA), Wirtschaftsmediator (KSFM)

Senior Projektleiter

Steinbeis Transferzentrum Technologie Organisation Personal TOP

Birkenweg 18

72355 Schömburg

Tel.: +49 7427 920713

E-Mail: hans-joerg.bley@stw.de

www.hansjoergbley.de