

## **Die Krise als Chance - vorbereiten auf den Aufschwung**

Nach einem Bergab folgt immer ein Bergauf, das war bisher immer so. Vereinzelt zeigen sich schon erste rosige Streifen am Horizont. Man kann hierbei aber die Zeit des Abschwungs und der Stagnation gut für die Weiterentwicklung des eigenen Unternehmens nutzen.

## **Freie Zeit für sinnvolle Projekte**

Ein bisschen wird es schon noch dauern, die Optimisten reden da vom 2. Halbjahr, die Pessimisten von 2011. Man kann in dieser Zeit die Konsolidierung der Wirtschaft verschlafen oder nutzen. Normalerweise tut sich ein Betrieb schwer, Zeit für Prozesse zur Verfügung zu stellen, die nichts mit dem Kerngeschäft zu tun haben. Jetzt aber, da ein Unternehmen, seine Mitarbeiter und sein Management nicht so stark durch Tagesgeschäft ausgelastet sind, kann diese freie Zeit dazu genutzt werden, den Betrieb auf den nächsten Aufschwung vorzubereiten. Hierbei gibt es interne Prozesse wie die Überprüfung aller Produktionsprozesse und Kostenstrukturen auf Effektivität und die Qualifikation der Mitarbeiter aber auch externe Prozesse wie die systematische Suche nach neuen Märkten oder Kunden.

## **Energie sparen mit effektiveren Unternehmensprozessen**

Bei den internen Prozessen steht besonders das Thema Energieeffizienz für Anlagen und Gebäude im Vordergrund. Während dabei die Produktionsprozesse naturgemäß immer im Focus des Unternehmers sind, stehen die begleitenden Prozesse zumeist im wahrsten Sinne des Wortes im Abseits. Aber die Möglichkeiten, Energie zu sparen, sind enorm. Die Einsparmöglichkeiten für Strom zum Beispiel bei der Drucklufttechnik sind durch neue Technologien und Konzepte enorm gewachsen. Die Nutzung von bisher vergeudeter Abwärme aus Produktions- und Heizprozessen für andere Bereiche des Unternehmens hat gewaltige Fortschritte gemacht. Energie, die bisher bei Serverräumen, Computeranlagen oder Beleuchtungstechnik verschwendet wird, kann eingespart werden. Und nicht zuletzt als großer Batzen das Feld der Energieeinsparung an Gebäuden und der Energiebeschaffung durch erneuerbare Energien. Hierzu

Helmut König, KÖNIGSKONZEPT  
35516 Münzenberg, Mittelstr. 19  
Tel. 0172 9201709, Festnetz 06033 746634  
Fax 0721 151 430 712  
Ust. Identnr. DE 239566670  
[Helmut-koenig@koenigskonzept.de](mailto:Helmut-koenig@koenigskonzept.de)  
[www.koenigskonzept.de](http://www.koenigskonzept.de)

werden immense Zuschüsse für Analyse und Umsetzung von verschiedenen Stellen zur Verfügung gestellt. Die beste Informationsquelle sind Energieberater, die mittlerweile gut ausgebildet diesen Bereich abdecken.

### **Qualifikation ist der Vorsprung vorm Wettbewerb**

Im Bereich der Weiterbildung steht den Unternehmen heute ein großes Angebot an Maßnahmen zur Verfügung. Gerade wenn Kurzarbeit angesagt ist, kann diese freie Zeit zur Qualifikation der Beschäftigten genutzt werden. Die Förderprogramme der Agentur für Arbeit übernehmen zum Teil bis zu 100% dieser Weiterbildungskosten. Während die Agentur in früheren Zeiten in starkem Maße darauf ausgerichtet war, Menschen durch Qualifizierung in Arbeit zu bringen, wird heute ein beträchtlicher Teil der zur Verfügung stehenden Mittel dafür verwandt, Mitarbeiter durch Qualifikation langfristig in Unternehmen zu behalten. Hier bietet sich Weiterbildung in Produktionsprozessen wie auch in der Optimierung von Vertrieb, Organisation oder Marketing an. Ein Unternehmen sollte diese Chance, die die Wettbewerbsfähigkeit verbessert, nicht ungenutzt verstreichen lassen. Die Agentur für Arbeit stellt Unternehmen hierfür speziell ausgebildete Berater zur Verfügung.

### **Kunden und Märkte für morgen**

Neben den internen Prozessen bieten sich aber auch Überlegungen an, die mit Kunden- oder Produktstruktur zusammenhängen. Die zunehmende Spezialisierung auf bestimmte Branchen oder Kunden zeigt in der Krise ihre Risiken. Wenn es der Branche schlecht geht, geht es auch dem Spezialisten schlecht. Unternehmen, die ein breites Spektrum von Branchen oder Märkten beliefern, sind von Krisen immer weniger betroffen, weil nicht alle Märkte betroffen sind. Zu breit aufgestellt besteht aber auch die Gefahr, dass das Spezialwissen einer bestimmten Branche vernachlässigt wird. Nicht alles zu machen, sondern wenig in Branchen, die weit voneinander entfernt sind, ist das Gebot der Stunde. Es ist jetzt eine gute Zeit, um zu überlegen, ob ein 2. oder 3. Standbein nicht hilfreich wäre. Die Produkte des eigenen Unternehmens zu analysieren, ihre Vorteile zu suchen und neue Branchen zu finden, die diese Vorteile

Helmut König, KÖNIGSKONZEPT  
35516 Münzenberg, Mittelstr. 19  
Tel. 0172 9201709, Festnetz 06033 746634  
Fax 0721 151 430 712  
Ust. Identnr. DE 239566670  
[Helmut-koenig@koenigskonzept.de](mailto:Helmut-koenig@koenigskonzept.de)  
[www.koenigskonzept.de](http://www.koenigskonzept.de)

gewinnbringend einsetzen können, ist dabei die eine Sache. Die andere ist die Vorbereitung auf eine Markteinführung; die richtigen Marketinginstrumente zu entwickeln und den ersten Kontakt in neue Märkte aufzubauen. Jetzt ist Zeit zum Suchen, zum Ausprobieren und zum Entdecken. Dabei wird nicht alles gleich funktionieren aber es entstehen neue Kontakte, Ideen und Möglichkeiten und die führen vielfach in neue Märkte. Dadurch wird ein Unternehmen zukünftig weniger anfällig gegenüber dem auf und ab der Weltwirtschaft.

### **Bestandskunden sichern**

Last but not least sollten auch immer die Vertriebsmittel und Strukturen in bestehenden Märkten untersucht werden. Häufig sind durch Gewohnheit die Marktinstrumente etwas angestaubt, die bestehenden Märkte werden in der Bearbeitung vernachlässigt. Jetzt Marketingideen vorzubereiten, Konzepte zu planen und umzusetzen, wenn die Talsohle verlassen wird, schafft Vorsprung vor dem Wettbewerb. Dabei ist Werbung nur ein Teil dieser Aufgabe, ungleich wichtiger ist ein Gesamt-Vertriebskonzept. Jetzt ist die Zeit dafür, wenn der Laden erst wieder auf Touren läuft, sind die Prioritäten vorgegeben. Wenn aber die Aktionen schon fertig gestellt sind, genügt der berühmte Druck auf das Knöpfchen. Auch für die beiden letzten Punkte stehen mannigfache Unterstützungsprogramme, speziell für den Mittelstand zur Verfügung.

Krise ist also immer eine Chance. Wir sind es heute aber nicht mehr gewohnt, freie Zeit zu haben, um neue Dinge zu entwickeln. Wer nun erstarrt in der Krise abwartet, wird auch nichts bewegen. Wer aber die Zeit für neue Ideen und Konzepte nutzt, wird dem Wettbewerb immer einen Schritt voraus sein.