

Strategische Aufgaben

- > Spezialist oder Generalist?
- > Zielgruppe?
- > Innovationsfelder für die Zukunft?
- > Marke oder No Name?
- > Vertrieb (Großfläche/ Mittelstand/ Discounter...)?
- > Exportmärkte?
- > Online-Vertrieb ja/nein? Wenn ja, wie?

Marke/
No Name

- > Make or Buy?
- > Wie viele Werke?
- > Produktion In- oder Ausland?
- > Investitionen in Maschinen/Anlagen?
- > Logistikkonzeption?

Make
or Buy

- > Strategische Mehrjahresplanung?
- > Investitionsbedarf und Finanzierung?
- > Controlling-Konzept?
- > Moderne IT-Architektur?
- > Führungs- und Organisationsstruktur kompatibel zur Strategie und Kultur des Unternehmens?
- > Personalentwicklungskonzept?

Investitionen

Wenn die Räder richtig ineinandergreifen

Die deutsche Möbelindustrie steht vor enormen Herausforderungen. Um diese zu meistern, muss das Management wissen, wo die operativen und strategischen Stärken und Schwächen des jeweiligen Unternehmens liegen. Gemeinsam mit der Unternehmensberatung Dr. Wieselhuber & Partner listet die „möbel kultur“ in der Branchenwerkstatt die wichtigsten Fragestellungen auf.

Wer gehört künftig im internationalen Wettbewerb zu den Gewinnern? „Das sind diejenigen Unternehmen, die sowohl strategisch als auch operativ nicht nur ihre Position halten, sondern noch ausbauen können“, so Dr. Timo Renz, Partner der Unternehmensberatung Dr. Wieselhuber & Partner. Doch gerade in der Möbelindustrie gibt es viele Firmen, die ihre Hausaufgaben diesbezüglich noch nicht ausreichend genug gemacht haben. Aktuelle Beispiele wie Wellemöbel oder Paschen zeigen, dass manchmal nur radikale Veränderungen eine Neuausrichtung ermöglichen. Doch auch Unternehmen, die heute aus operativer Sicht möglicherweise gut dastehen, dabei allerdings eher von den Früchten der Vergangenheit leben, ohne zukunftsfähige Konzepte zu entwickeln, können schon morgen zu den Verlierern zählen. Anders herum verfügen Firmen aktuell zwar über innovative Ideen, die – heute gesät – in Zukunft Umsätze sprießen lassen können. Allerdings fehlt es hier an operativer Stärke. Anhand des Fragenkatalogs (links) kann jeder sei-

Operative Aufgaben

- > Besuchsziele Außendienst?
- > Abwicklung Vertriebsinnendienst?
- > Marketingmaßnahmen?
- > Platzierungen im Handel?
- > Preis-/Konditionensystem?
- > Verkaufshandbuch?
- > Incentives für Verkäufer im Handel?

Marketing

- > Optimierung der Durchlaufzeit?
- > Reduktion der Reklamationsquote?
- > Umsetzung Qualitätsmessung?
- > Verbesserung der Rüstzeiten?
- > Steuerung durch Produktivitätskennzahlen in Produktion und Logistik?
- > Optimierung der Tourenplanung?

Reklamations-
quote

Finanz-
architektur

- > Stimmt die Liquiditätsmessung und Steuerung?
- > Working-Capital-Management ausreichend?
- > Controllingsysteme wirklich zur Steuerung genutzt?
- > Funktionieren die eingesetzten IT-Systeme?
- > Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat?

nen individuellen Check-up durchführen, damit die zahlreichen Räder und Rädchen im Unternehmen reibungslos ineinandergreifen und das Unternehmen auch künftig am Markt bestehen kann. Dabei sind die Problemfelder jeweils aus der Marktperspektive, aus der Technik/Operations-Sicht und von der Finanz- und Administrationsseite betrachtet.

RITA BREER



Vertiefende Informationen zum Thema gibt es im Dossier unter www.moebelkultur.de oder via QR-Code.