



PETER KUHLE INTERIM MANAGER

Mitglied der **DDIM.**



CORONA-KRISE UND TRANSFORMATION: EIN WIDERSPRUCH?

**KRISEN
UND DEREN
CHANCEN –
GESTÄRKT
HERVORGEHEN**

**LAUFENDE
TRANSFOR-
MATIONEN
UND
EFFIZIENZ-
PROGRAMME**



**ERGEBNISVER-
BESSERUNG
UND TRANS-
FORMATION:
JETZT BODEN
GUT MACHEN**

CORONA-KRISE UND TRANSFORMATION: EIN WIDERSPRUCH?

Die Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen – und damit verbunden: der Unternehmen selbst – war und ist die strategische Herausforderung des Managements. Galt der Fokus vor der Corona-Krise noch Industrie 4.0, dem Internet of Things, der Digitalisierung von Geschäftsprozessen oder der Neuausrichtung der Unternehmen auf veränderte Marktanforderungen, so stehen nun Kosten-, Budget- und Liquiditätsfragen im Mittelpunkt.

Gleichzeitig ist aber klar, dass wir aus dem jetzigen Dämmer-schlaf auch wiedererwachen müssen – und an das anschließen müssen, was wir vor der Krise begonnen haben. Manche dieser Themen befördert die Corona-Krise geradezu. Also: Ist es widersprüchlich, in der Corona-Krise von Transformation zu sprechen?

Die Corona-Krise ist für die meisten von uns eine nie dage-wesene Herausforderung. Jeder von uns kann seinen Bei-trag leisten, damit wir gemeinsam diese Phase möglichst gut und zügig überstehen. Der Einschnitt in unser Leben, unsere Gemeinschaft und unser Berufsleben ist erheblich. Eine Zeit, die Kraft, Glaube und Zusammenhalt verlangt.

Wenn wir diese Zeit der Entbehrung und Rückschläge über-standen haben, werden wir uns wieder berappeln und versuchen, an die vorherigen Erfolge und Abläufe anzu-knüpfen. So haben es die Kriegsgenerationen getan; und auch wir haben bereits eine große Krise – die Finanzkrise – überstanden und unsere Wirtschaft wiederaufgebaut! Trotz aller Rückschläge für unsere Wirtschaft und den zutiefst verletzenden Bildern in den Nachrichten müssen wir an die Zeit danach denken.

In der Krise liegt eine Chance, die wir nutzen sollten. Sicher kommen einige neue Herausforderungen auf unsere poli-tischen Entscheider und die Wirtschaft zu. Wir können nur aus der düsteren Lage das Beste machen. Sei es die Weiterentwicklung des Gesundheitssystems und seiner Berufsbilder oder die Produktion von systemrelevanten Produkten.

Diese Neuausrichtung und das Berappeln betreffen alle Unternehmen. Auf den ersten Schock galten die „standard-mäßigen“ Reaktionen den Liquiditätsherausforderungen: Kosten und Einsparungspotenziale wurden geprüft, staat-liche Hilfsprogramme wie Kredite oder Kurzarbeit genutzt. Nach einigen Wochen kommt aber eine andere, entschei-dende Fragestellung dazu – die nicht nur das Thema „Kontaktverbot“ betrifft, sondern auch unsere Geschäfts-modelle – „Wie geht es danach weiter?“

KRISEN UND DEREN CHANCEN – GESTÄRKT HERVORGEHEN

Diese Fragestellung ist unsere Chance! Wer bereits vor der Krise an der Ausrichtung seiner Geschäftsmodelle und der damit verbundenen Neuausrichtung seiner Unternehmung gearbeitet hat, sollte diese Themen, wenn möglich, be-schleunigen und nach zusätzlichen Potenzialen suchen. Die Unternehmen, die vor der Krise ausschließlich auf Effizienz und Produktivität gesetzt haben, „müssen“ nun umso mehr an der Zukunftsfähigkeit ihrer Modelle arbeiten. Die Corona-Krise beschleunigt diese Entwicklungen, und jene Unter-nehmen, die hier zukunfts-schauend arbeiten und sogar in der Krise – so schwer es ist – noch investieren, werden am Ende die Gewinner sein. Man sieht das ganz deutlich im Hinblick auf die schon angesprochene Finanzkrise: Auch damals hat es einige Unternehmen gegeben, die nachhaltige Stärke aus der Katastrophe entwickeln konnten.

Der Markt wird sich durch Corona beschleunigt bereinigen und jene Unternehmen stärken, die rechtzeitig auf neue und zukunftsweisende Geschäftsmodelle gesetzt haben. Dies ist auch ein Weckruf an alle Branchen, nicht nur im „Hier und Jetzt“ zu leben, sondern eine konsequente Aus-richtung und zielführende Investitionen voranzutreiben.

LAUFENDE TRANSFORMATIONEN UND EFFIZIENZ- PROGRAMME: BESCHLEUNIGER UND CHANCEN AUS DER KRISE

Unternehmen, die bereits vor der Corona-Krise Transforma-tions- und Effizienzprogramme aufgesetzt haben, sollten diese Maßnahmen jetzt nicht dem Rotstift zum Opfer fallen lassen. Hier gilt: Was vor der Krise von Relevanz war, ist es meist jetzt erst recht!

Prüfen Sie daher Ihre laufenden Programme und stärken Sie diese, wo Sie können. Prüfen Sie die Effekte aus den Programmen: Können Teile frühzeitiger realisiert oder die finanziellen Aspekte gesteigert werden? Wenn das richtige Personal an Bord ist, ist das auch jetzt möglich. Geben Sie den Programmen – wenn nicht bereits geschehen – die volle Management-Aufmerksamkeit und motivieren Sie Ihre Mit-arbeiter.

Ein professionelles Programm-Management, kombiniert mit Change-Management, einer intensiven Einbindung der Mit-arbeiter in das Programm sowie eine transparente Kommu-nikation sind dabei unerlässlich. Involvement und Empower-ment werden als Erfolgsfaktoren noch wichtiger. In einer Zeit der Remote-Arbeit aus dem Home-Office umso mehr.

Vier Phasen für mehr Effizienz:

- 1) Analyse und Definition von Handlungsfeldern:
 - Ergebnisverbesserung durch Kosten- / Budgetmanagement (Effizienz und Produktivität)
 - Ansatzpunkte für neue Geschäftsmodelle (Neuausrichtung und Transformation)
- 2) Unternehmensentscheidungen nicht verzögern (Weichen stellen und in Umsetzung bringen)
- 3) Steuerungsmethoden implementieren (Maßnahmen steuern, nachhalten und justieren)
- 4) Mitarbeiter einbinden und Transparenz durch Kommunikation (Involvement und Change)

Zusätzliche Maßnahmen in der Krise:

- Zeitlinien ggf. vorziehen (Effekte früher realisieren)
- Initiativen auf weitere Potenziale prüfen (Effekte steigern)

ERGEBNISVERBESSERUNG UND TRANSFORMATION: JETZT BODEN GUT MACHEN

Unternehmen, die bei der Digitalisierung, Industrie 4.0 etc. vor der Krise hinsichtlich ihrer strategischen Aufstellung rein auf Effizienz und Produktivität gesetzt haben, empfehlen wir, so schnell wie möglich Transformations-Programme einzuleiten, die merkbar bei den Kunden ankommen. Nicht nach der Krise, sondern gerade jetzt! Neue Geschäftsmodelle und damit verbundene Umsatzfelder werden notwendig sein, um die finanziellen Bürden sowie die zu erwartenden Rückgänge auszugleichen. Zur Frage, wie man mit der solcherart beförderten Komplexität umgeht, hat sich etwa mein geschätzter Kollege Siegfried Lettmann in einem Blog-Artikel Gedanken gemacht: [Wie man Kom-](#)

[plexität reduzieren kann](#). Manche Themen, wie etwa die dezentrale Entscheidungsfindung und transparente Prozesse, fallen mit der aktuell starken Tendenz zum Home-Office in die gleiche Schiene.

Selbst wenn die Umsätze sich nach der Krise wieder auf Normalmaß einpegeln: Das wird Zeit brauchen. Gerade klassische Industrien betrachten die Digitalisierung und die Produktivität oft rein ergebnisorientiert – immer unter dem Gesichtspunkt der Effizienz. Die vielerorts sehr guten Effekte werden nun jedoch nicht mehr ausreichen. Die Effizienz ist teilweise ausgereizt. Und damit können nun hauptsächlich neue Geschäftsfelder die Ergebnisse nachhaltig verbessern.

Setzen Sie Transformationsprojekte parallel zu Effizienzprogrammen auf. Hier gelten ebenfalls, wie oben beschrieben, vier Phasen:

- 1) Analyse und Hebung von Effizienzen bei gleichzeitiger Entwicklung neuer Geschäftsfelder.
- 2) Konsequente Unternehmensentscheidungen für mehr Effizienz und zukünftige Geschäftsfelder.
- 3) Konsequente Umsetzung der Initiativen.
- 4) Einbindung der Mitarbeiter und deren Entwicklung.

Auch empfiehlt es sich hier, externe Sichtweisen einzuholen, z. B. durch Experten aus Branchen und Unternehmen, die bereits ein hohes Maß an Erfahrung in diesen Themenfeldern sammeln konnten.

LASSEN SIE UNS GEMEINSAM DURCH DIE KRISE GEHEN UND UNSERE WIRTSCHAFT STÄRKEN!



ÜBER PETER KUHLE

Der Diplom-Betriebswirt (FH) Peter Kuhle ist Interim Manager und Berater aus Bad Honnef. Unter seinem Motto „Field Service & Sales gemeinsam besser machen“ begleitet er Unternehmen in erfolgskritischen Phasen von Wachstum und Wandel. Dabei blickt er auf langjährige Erfahrung in Sales & Service, Transformation & Effizienz und diversen Managementfunktionen bei namhaften Unternehmen aus Konzernen und Mittelstand zurück. Seine Spezialitäten sind Vertrieb, Direktvertrieb, After Sales, Service und technischer Kundendienst. Vor allem für Außendienstorganisationen besitzt er besondere Expertise. Er ist Preisträger des „Interim Management Excellence Awards“ in der Kategorie „Return on Interim Management“, der das Verhältnis der Einsatzkosten zum quantifizierbaren Nutzen beschreibt.

VEREINBAREN SIE EINEN SERVICE-TERMIN! IHRE CHECKLISTE, IHRE MASSNAHMEN, IHRE UMSETZUNG.

Rufen Sie mich an, wenn es darauf ankommt:

+49 (0)151 / 585 80 808

Für signifikante und nachhaltige Verbesserungen bei Umsatz, Ergebnis, Strategie, Organisation, Prozessen, Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit.





PETER KUHLE INTERIM MANAGER



Kontakt

pK Peter Kuhle
Im Gier 34
53604 Bad Honnef
Germany
+49(0)151 58580808
info@peterkuhle.com
www.peterkuhle.com

Mitglied der

DDIM.

Dachgesellschaft Deutsches
Interim Management e.V.



Impressum

Design & Realisation:
www.medeya.de
Fotografie / Stockbilder:
Kornelia Danetzki
Titelbild:
shutterstock, Pand P Studio