



5 Maßnahmen für eine positive Zukunftsperspektive von Klein- und Mittelbetrieben

Unterbrochene Lieferketten, wegbrechende Märkte, hohe Energiepreise. Äußere Einflussfaktoren greifen derzeit so stark in das Wirtschaftsgeschehen ein, wie selten zuvor und erschweren die Planbarkeit für Unternehmen.

03.11.2022, 9:39



© DIEVOGELPERSPEKTIVE

Mag. Claudia Strohmaier (Berufsgruppensprecherin Unternehmensberatung in der Fachgruppe UBIT Wien)

Für Claudia Strohmaier, Berufsgruppensprecherin Unternehmensberatung in der Fachgruppe UBIT Wien, sind Einwirkungen von außen in der unternehmensinternen Zukunftsplanung selbstverständlich zu berücksichtigen. Hinzu kommen interne Stellschrauben, an denen man drehen kann. „Allein die Verschriftlichung der aktuellen Lage auf allen Ebenen sowie die Zahlenplanung und der Fokus auf klare Ziele wird in der Praxis oft schon als enorme Erleichterung empfunden, weil dadurch alle Fakten auf dem Tisch liegen“, sagt Strohmaier. Das vereinfache die Betriebssteuerung sowie die Einleitung aller notwendigen Zukunftsmaßnahmen.

Die Unternehmensberaterin betont, welche Punkte besonders wichtig sind:

1. Blick nach vorne zählt

Geschäftsberichte sind eine gute Informationsquelle für alle möglichen Interessenten, abgesehen vom Lagebericht bilden die darin enthaltenen Daten aber primär die Entwicklung der Vergangenheit ab. In die Zukunftsplanung müssen sehr viel mehr Faktoren einbezogen werden: Das gesamte Geschäftsmodell muss auf den Prüfstand, die Marktchancen analysiert und das Produktsortiment überdacht werden. Auch die Einkaufs-, Vertriebs und Personalpolitik gehören hinterfragt und die Konkurrenz sowohl on- als auch offline sollte einer Analyse unterzogen werden. Kurzum: Es braucht einen 360-Grad-Blick auf ein Unternehmen.

2. Routine ist gut, aber nicht in jeder Hinsicht

In der Praxis gibt der neutrale Blick von außen durch externe Unternehmensberatung objektiven Aufschluss über die einzuleitenden Maßnahmen. Denn die betriebliche Routine ist zwar für die Unternehmen und ihre Beschäftigten in vielen Situationen von großem Nutzen, führt aber auch dazu, dass sie regelmäßige Abläufe nicht mehr hinterfragen und adaptieren. Das ist ganz natürlich, denn vor Betriebsblindheit ist niemand so wirklich gefeit. Wichtig ist, dass man etwas dagegen unternimmt.

3. Aktuelle Kostensituation transparent darstellen

Vor der Einleitung von Maßnahmen ist eine Analyse der eigenen Kosten notwendig, um in weiterer Folge die Verkaufspreise so zu kalkulieren, sodass profitabel gewirtschaftet werden kann. In der Praxis werden die Produktpreise leider noch viel zu oft nach Gefühl festgelegt. Die Erstellung eines Betriebsabrechnungsbogens ist dabei eine hilfreiche Maßnahme. Diese Aufstellung dient unter anderem dazu, die Gemeinkosten sowie die Einzelkosten von Produkten über einen Umlageschlüssel auf die einzelnen Kostenstellen aufzuteilen. Dies erhöht die Kostenwahrheit und dient als Basis für eine punktgenaue Kalkulation der Verkaufspreise.

4. Objektive Sicht auf das Sortiment

Freilich nützt die schönste Kalkulation nichts, wenn sich Produkte als Ladenhüter bzw. als nicht zukunftsfähig erweisen. Sehr wichtig ist es daher auch, die einzelnen Märkte und Absatzkanäle konkurrenzfähig mit den passenden Produkten zu möglichst einträglichen Margen zu bespielen. Beim Listing oder Delisting von Produkten braucht es zwingend einen Gesamtblick auf alle Faktoren. Dazu gehört auch eine effiziente Lagerbewirtschaftung. Wer große Mengen auf einmal kauft, zahlt zwar geringere Stückpreise, wenn die Ware länger liegenbleibt, entsteht aber „totes Kapital“, das nicht verzinst wird. Eine Optimierung der Lieferantenbeziehung ist dabei essenziell. In manchen Branchen ist eine Umstellung auf Just-in-Time-Lieferungen ideal. Dadurch erfolgen die Warenlieferungen sehr zeitnah und perfekt abgestimmt auf die Bestellungen der eigenen Kunden.

5. Zukunftsfähigkeit rechtzeitig sicherstellen

Liegen alle Fakten auf dem Tisch, muss manchmal auch das gesamte Unternehmen infrage gestellt werden. Am stärksten insolvenzgefährdet sind meist jene Unternehmen, die ihre Zukunftsplanung zu lange hinausgeschoben und in weiterer Folge zu lange mit der Einleitung von Restrukturierungsmaßnahmen gewartet haben. Dann bleibt leider manchmal nur noch die Aufgabe des Unternehmens. Aber auch in diesem Fall braucht es eine sorgfältige Planung, denn falsches Agieren oder Nicht-Agieren kann auch dann richtig teuer werden.

UBIT Wien Obmann empfiehlt Einleitung von Wachstumsstrategien

Auch Martin Puaschitz, Obmann der Wiener Fachgruppe für Unternehmensberatung, Buchhaltung und Informationstechnologie (UBIT) ist überzeugt davon, dass jetzt der richtige Zeitpunkt für die Einleitung von Zukunftsmaßnahmen ist: „Die individuellen Herausforderungen der Unternehmen sind so vielfältig wie das Spezialwissen der rund 7.000 Wiener Unternehmensberaterinnen und Unternehmensberater. Diese begleiten die Unternehmen sowohl in guten als auch in schlechten Zeiten bei ihrer Wachstumsstrategie.“

Das könnte Sie auch interessieren



Wiener Weihnachtsmärkte als Frequenzbringer für das Weihnachtsgeschäft

Wiener Weihnachtsmärkte erleben Comeback mit Frequenz wie vor Krisenjahren – Handelsobfrau Gumprecht zu bisherigem Weihnachtsgeschäft: „Fahrt erst aufgenommen, die stärksten Tage stehen noch bevor“ [➤ mehr](#)



Altwarenhändler schicken 230 Pakete auf Reise für Kinder in Not

Altwarenhändler schicken 230 Pakete auf Reise für Kinder in Not [➤ mehr](#)



Weihnachten ist Hochbetrieb in Wiens Zuckerbäckereien

Süße Erwartungen fürs Weihnachtsgeschäft - Angelmayer: „Handgefertigte Produkte, Originalität gewinnen an Bedeutung“ [➤ mehr](#)