



[Ziele erreichen]

Ziel unserer Strategie-Beratung ist es, Unternehmen zukunftsfähig zu gestalten:

- Geschäftsmodell und Unternehmensausrichtung überprüfen
- Zielrichtung entwickeln, konkrete Maßnahmen ableiten, Strategie kommunizieren
- Strategie-Implementierung durch Umsetzungsbegleitung erfolgreich gestalten
- Zielerreichung messen, Strategie weiterentwickeln

KONTAKT:
Manfred Drumm
Ansprechpartner Strategie
mdrumm@sicnum.de

Mit dem Strategie-Check **überprüft SICNUM die strategische Positionierung** von Unternehmen.

Dazu analysieren wir strukturiert das relevante Marktumfeld, aktuelle Trends, die Wettbewerbsposition sowie individuelle Stärken und Schwächen des Unternehmens und stellen die Ergebnisse komprimiert dar.

Nutzen

- Transparenz über die relevanten Einflussfaktoren
- Komprimierte und aussagefähige Ergebnisse mit Handlungsempfehlungen
- Aussage zum strategischen Reifegrad des Unternehmens (strategische Kompetenz/ Methoden im Management)

Methoden

Benchmarks, Interviews mit Fach-/Führungskräften, Mitarbeiter- und Kundenbefragungen, Workshops

A. Branchenanalyse

- Welche Einflussfaktoren sind relevant?
- Welche Trends beeinflussen das Geschäftsmodell?

B. Marktanalyse

- Wie groß ist der relevante Markt?
- Was sind die Kundenbedürfnisse?
- Welche Kundensegmente sind interessant?

Handlungsfelder

C. Konkurrenzanalyse

- Welche relevanten Wettbewerber existieren (heute/morgen)?
- Wie ist das Unternehmen im Wettbewerb positioniert?

D. Unternehmensanalyse

- Über welche wesentlichen Kompetenzen verfügt das Unternehmen?
- Welche Stärken bzw. Schwächen liegen in der Wertschöpfung?

BEISPIEL AUS DER PRAXIS:

Industrie: Druckmaschinenbau

Einstieg

Analyse der strategischen Positionierung als Entscheidungsgrundlage für Kapitalgeber

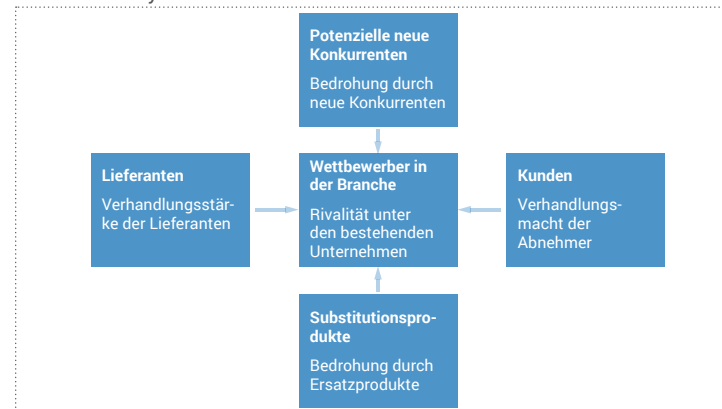
Vorgehen

- Interviews mit Geschäftsführung, Fach- und Führungskräften sowie Betriebsrat
- Analyse der Marktdaten
- Vertriebsworkshop: Branchentrends, Konkurrenzanalyse

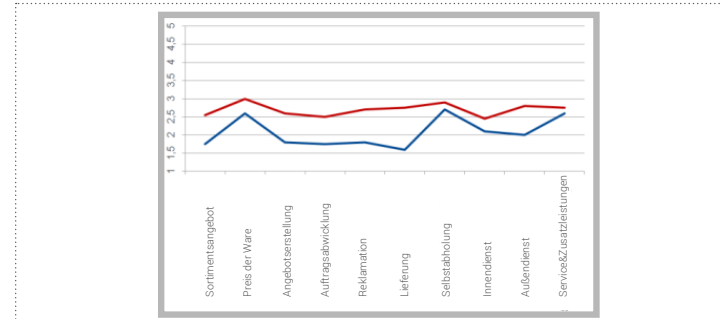
Ergebnisse

- Rückläufiger Markt durch Technologiewandel
- Fehlende Wettbewerbsfähigkeit der Produkte
- Falsche Personalstrukturen (keine Flexibilität, fehlende IT-Kompetenz)
- Fehlende Unternehmensstrategie

Branchenanalyse



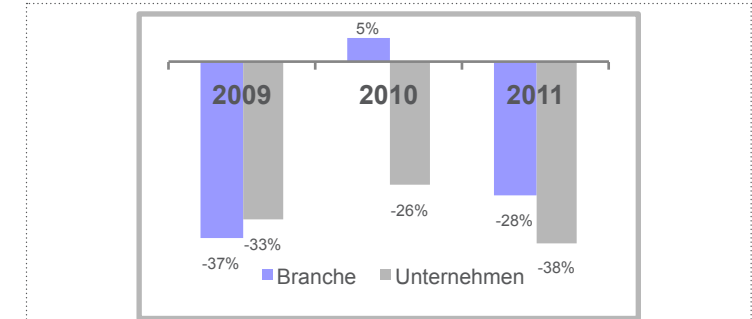
Konkurrenzanalyse



Unternehmensanalyse

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Langjährige Branchenerfahrung in der Druckplattenlogistik und -bearbeitung • Langjährige Kundenbeziehung zu renommierten Zeitungsverlagen/-druckdienstleistern und Systemherstellern 	<ul style="list-style-type: none"> • Hohe Personalkosten • Sehr schwache Kapazitäten im Bereich Softwareentwicklung, Steuerungstechnik (fehlerhafte Lösungen im Markt) • Fehlende Vertriebspartnerschaft mit Systemlieferanten/unzureichende Wettbewerbsfähigkeit in Wachstumsmärkten • Fehlendes strategisches Konzept für die Weiterentwicklung des Geschäftsmodells (Unabhängig vom Zeitungsdruck) • Technisch nicht beherrschte Projekte (Aalborg, Karlsruhe) • Fehlende finanzielle Basis (EK-Quote)
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> • Leichte Markterholung (Nachholen von aufgeschobenen Investitionen) • Wachstum in den Schwellenländern 	<ul style="list-style-type: none"> • Imageschaden durch fehlende Softwarekompetenzen und -kapazitäten • Langfristig rückläufiger Markt • Langfristig wegfallende Geschäftsgrundlage durch technische Innovationen

Marktanalyse



- Durch operative Maßnahmen im Vertrieb und durch eine Flexibilisierung von Personalkosten stabilisierten sich die Geschäftsaussichten kurzfristig.
- Die langfristig negative Marktentwicklung und die fehlende Wettbewerbsstärke erforderten eine konsequente Überarbeitung des Geschäftsmodells (u. a. Ausbau der Service-Aktivitäten, Erschließung neuer Branchen, Aufbau von Vertriebskooperationen in Wachstumsregionen).
- Es wurde festgelegt, dass dieser Prozess der Strategie-Anpassung strukturiert mit klaren Zielen und Maßnahmen für alle Beteiligten sauber dokumentiert und kommuniziert wird.