

Stärkung des Unternehmens in der Krise und für die Zukunft

Hintergrund und Herausforderungen

Seit Wochen hält das Corona-Virus die Welt in Atem. Das öffentliche Leben ist in vielen Ländern weitestgehend zum Stillstand gekommen. Tausende Unternehmen mussten Kurzarbeit anmelden und / oder ihre Geschäftstätigkeiten gänzlich einstellen. Massive Umsatzeinbussen bei gleich



bleibenden Fixkosten führen monatlich zu grossen finanziellen Verlusten und treiben viele Unternehmen

Richtung Illiquidität und in den Ruin. Die Auswirkungen auf Menschen und Unternehmen sind immens. Die Krise zeigt uns einerseits auf, wie fragil auf Effizienz getrimmte Systeme sind. Doch andererseits zwingt sie Unternehmen auch dazu, zügig neue und zukunftsweisende Lösungsansätze zu finden, zu implementieren und die Krise als Chance zur Stärkung des Unternehmens zu nutzen. Im Folgenden werden einige Lösungsansätze erläutert.

GO SAFE

1. Genügend Liquidität sicherstellen. Als Erstes muss eine drohende Insolvenz durch ein rigides Liquiditätsmanagement vermieden werden. Bedingungen sind jedoch oft ein schmerzliches Cost-cutting und eine Steigerung des Umsatzes – auch in der Krise. Eine realistische Finanzplanung schafft hierbei Vertrauen und hilft beim Finden zusätzlicher Liquidität.

2. Wertschöpfungsketten stabilisieren. Als Zweites gilt es, die Funktionsfähigkeit der Wertschöpfungskette sicherzustellen als Voraussetzung für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens. Single Sourcing far far away kann in einer Krise auch seine Schattenseiten haben, wenn etablierte Wertschöpfungsketten zusammenbrechen. Es gilt, Redundanzen einzubauen, zumindest in Bereichen, die für Primärprozesse kritisch sind. Eine Risikoanalyse der Wertschöpfungskette und eine Optimierung zur Schaffung von Stabilität drängen sich auf.



GO FLEXIBLE

3. Fixkosten variabilisieren. Die jetzige Krise hat das Augenmerk so mancher Unternehmer auf die fixen Kosten

gerichtet, welche monatlich zu zahlen sind, unabhängig vom erzielten Umsatz. Will man für Krisen gewappnet sein, sind drittens fixe Kosten zu variabilisieren. Neue Leistungserbringungs- oder Vertragsmodelle sind gefragt.

4. Businessmodell erweitern. Die Bedürfnisse der Menschen ändern sich in Krisenzeiten stark und dementsprechend auch die Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen. Unternehmen, die die neuen Bedürfnisse ihrer Kunden genau verstehen und denen es gelingt, ihr Businessmodell rasch zu adaptieren, sind deshalb klar im Vorteil. Viertens ist deshalb eine Erweiterung des Businessmodells durch neue Produkte und Dienstleistungen anzustreben.

GO DIGITAL

5. Onlinehandel aufbauen. In der Krise ist der online-Umsatz aufgrund der Schliessung des stationären Handels explodiert. Unternehmen, die bisher primär stationär vertrieben und über keinen funktionalen online-Shop verfügen, haben das Nachsehen.



Entsprechend muss fünftens jedes Unternehmen schnellstens sein Angebot ins Netz bringen und einen voll funktionsfähigen e-Shop aufbauen, unter Bereitstellung einer adäquaten Logistik. Für analoge Produkte und Dienstleistungen sind Derivate zu schaffen, welche digital verkauft werden können.

6. Digitale Möglichkeiten nutzen. Die digitalen Möglichkeiten sind bereits heute riesig und erscheinen auch ohne künstliche Intelligenz fast grenzenlos. Nicht grosse und teure ICT-Projekte sind gefragt, sondern kleine und günstige Digitalisierungsschritte. Der Lockdown hat gezeigt, dass Unternehmen auch dezentral arbeiten können. Sechstens lohnt es sich deshalb, die digitalen Möglichkeiten in der eigenen Unternehmung zu nutzen und auf Basis der aktuell gemachten Erfahrungen zu optimieren.

Unterstützung durch IMPLEMENT

Sie haben grosse und komplexe Probleme? Wir bieten rasche und einfache Lösungen. Auch in dieser schwierigen Zeit sind wir für unsere Kunden da und unterstützen Sie in allen Fragestellungen rund um Ihr Unternehmen. Bitte zögern Sie nicht, uns zu kontaktieren.

Karin Manser, IMPLEMENT AG
Dipl. Ing. ETH / CAS Management (WBB-HSG)
T +79 611 22 99 / km@implement.ch / www.implement.ch