

Ist Ihr Unternehmen robust aufgestellt?

Der deutschen Wirtschaft geht es gut, und seit gut 10 Jahren entwickelt sich der deutsche Mittelstand äußerst erfolgreich. Mit anderen Worten: Die Wirtschaft prosperiert – noch.

Die Anzeichen für eine nachlassende Wachstumsdynamik, insbesondere der Weltwirtschaft nehmen inzwischen zu, und es bleibt abzuwarten, wie lange sich die deutsche Binnenkonjunktur diesem Trend noch entgegenzustellen vermag, bis auch hierzulande die Wachstumsprognosen zurückgenommen und Unternehmen aus ihren Komfortzonen gerissen werden, die sich in den „guten Jahren“ oftmals ausgebildet haben.

Häufig zeigt sich dann, welche Unternehmen tatsächlich über ein robustes Geschäftsmodell verfügen, das auch in Zeiten rückläufiger Konjunktur Bestand hat. Dies gilt insbesondere für Unternehmen, die auf der Konjunkturwelle mitgeritten sind, ihre Strukturen auf diese „Schönwetter-Phase“ ausgerichtet und Speck angesetzt haben. Im ungünstigsten Fall haben sie Jahresüberschuss, Cashflow sowie Bilanz- und Finanzierungsstrukturen nur unterproportional zum Wachstum gesteigert resp. verbessert.

So wohltuend und wichtig Wachstum für Unternehmen ist, so wenig dürfen Unternehmer und Unternehmenslenker diesem „süßen Gift“ verfallen und damit ineffiziente Prozesse oder Strategielücken überdecken. Die entscheidenden Fehler in der Unternehmensführung werden nicht in Krisenphasen gemacht, sondern bereits zu Zeiten der Hochkonjunktur, des Wachstums.

Wie sieht es mit Ihrem Unternehmen aus? Ist Ihr Geschäftsmodell robust? Ist Ihr Ergebnis und Ihr Cashflow überproportional zum Umsatz gewachsen? Haben sich Ihre Bilanz- und Finanzstrukturen verbessert? Welches Ergebnis ist denn überhaupt das richtige? Ist Ihre Organisation und sind Ihre Prozesse darauf ausgerichtet, sich an geringeres oder rückläufiges Wachstum schnell genug und einfach anzupassen? Verfügt Ihr Unternehmen über geeignete Controlling-Werkzeuge, um zukünftige Ereignisse antizipieren und Gegenmaßnahmen ergreifen zu können?

Wenn nicht, sprechen Sie uns an. Wir helfen Unternehmen, ihre Wertschöpfung zu verbessern. Damit beginnen sollte man rechtzeitig. Zeichnet sich die Krise erst einmal ab, ist es oft zu spät und man kann dann nur noch reagieren statt agieren.

„Die entscheidenden Fehler in der Unternehmensführung werden nicht in Krisenphasen gemacht, sondern bereits zu Zeiten der Hochkonjunktur, des Wachstums.“

Der Autor, Uwe Kolb, ist geschäftsführender Gesellschafter der UBB GmbH.

Copyright: UBBGmbH