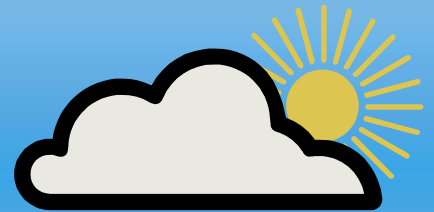


ProFirma

Oktober 2006

Deutschland 6,40 €

So wird Ihr Unternehmen **WETTERFEST**



Chancen nutzen, Risiken steuern:
Wie Mittelständler ihre Strategie anpassen und
die Firma zukunftssicher machen. Seite 12

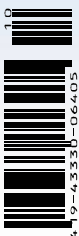
Geldanlage 2007
Warum Aktien weiterhin Trumpf
sind. Mit Depot-Check. S. 40

Vorsicht, Diebe!
So schützen Sie Ihre Daten
auf PDA und Laptop. S. 56

Jeden Monat
aktuell:

**EXKLUSIVE
DOWN
LOADS**

Business-Tools
für die erfolg-
reiche Unterneh-
mensführung



TESTEN SIE IHREN BETRIEB IM INTERNET

Die Wirtschaftskammer Wien bietet einen kostenlosen 20-Minuten-Test für kleine Firmen mit Risikobewusstsein

Der **Online-Unternehmens-Check**, den die Wirtschaftskammer Wien mit dem Schulungsunternehmen Wifi Wien entwickelt hat, richtet sich in erster Linie an Inhaber kleiner und mittlerer Betriebe. Er eignet sich für junge, aber auch bereits bestehende Firmen. Die Unternehmensanalyse lässt sich anonym durchführen. Der Test dauert 20 bis 30 Minuten.

Als **Ergebnis** erhalten Sie sofort und online Hinweise auf mögliche Risikofaktoren, ebenso Vorschläge, wie Sie die Risiken begrenzen können. Im Firmenpool können Sie Ihre Antworten mit denjenigen anderer Unternehmer vergleichen.

Den Check finden Sie unter der Internet-Adresse www.unternehmer-in-not.at/kmu_check.php

einfach. Vor einigen Jahren erlebte die Firma, die damals in erster Linie Werkzeugmaschinen für die Industrieproduktion vertrieb, einen Absatzeinbruch. „Anlass genug, um unser Unternehmen auf Herz und Nieren zu durchleuchten – und neu auszurichten“, kommentiert der Firmenchef. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Gläserner + Schmidt vertreibt heute nicht nur Maschinen, sondern versteht sich als Dienstleister für Industriefirmen. Von der Beratung bis zur Finanzierung und zum Transport bieten Schmidt und seine 40 Mitarbeiter umfassenden Service rund um die Produktion an. Auch die betriebsinterne Struktur hat Schmidt gestrafft, sodass nur noch zwei Hierarchieebenen übrig blieben.

Der neue Kurs hat sich bewährt: Gläserner + Schmidt wächst seit Jahren wieder stetig. Um Marktveränderungen frühzeitig zu erkennen und um rasch darauf reagieren zu können, analysieren der Chef und seine Mitarbeiter bei ihren monatlichen Treffen die Daten aus Kundengesprächen und Marktbeobachtungen. Auch die betrieblichen Kenn-

zahlen nehmen sie unter die Lupe. „Wir haben eine Art Frühwarnsystem aufgebaut, mit einem eindeutigen Fokus auf Kundeninformationen“, erklärt der Mittelständler. Auf diesem Weg erfährt er schnell, wenn sich Bedürfnisse ändern – und kann rechtzeitig darauf reagieren.

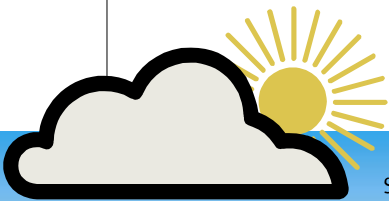
- **Beispiel Gebrauchtmachines:** Angesichts der Konjunkturlaute schreckten die meisten Industriefirmen davor zurück, in neue Maschinen zu investieren. „In diesem Risiko sahen wir zugleich eine Chance“, erzählt Schmidt: „Wir bauten unser Angebot an Gebrauchtmachines aus – und die Kunden nahmen es an“, sagt er erfreut.

- **Beispiel Standortverlagerungen:** Wenn Firmen Werke ins günstigere Ausland outsourcen, fragen sie hierzulande weniger Maschinen nach. Schmidt machte aus der Not eine Tugend. Er und seine Mitarbeiter beraten jetzt Industriefirmen bei der Verlagerung, sie organisieren die technische Abwicklung und exportieren Maschinen sogar nach Indien. Schmidt resümiert: „Dank unserem Frühwarnsystem erkennen wir inzwischen schneller die Chancen, die Veränderungen mit sich bringen.“

Rasch und flexibel zu reagieren, wird besonders für kleine und mittlere Firmen immer wichtiger. Denn der Konkurrenzkampf verschärft sich angesichts der Globalisierung in fast allen Branchen. „Viele Unternehmer sehen sich heute – nach Jahrzehnten des Wachstums – einem Verdrängungswettbewerb ausgesetzt“, weiß Michael Männchen, Inhaber der MLM Consulting in Fürstenfeldbruck. „Sie können ihre Preise nicht mehr durchsetzen und müssen daher neue Strategien entwickeln.“ Zugleich kennt der Berater das klassische Selbstständigen-Dilemma: Die meisten Firmenchefs stecken so tief im operativen Geschäft, dass ihnen kaum Zeit bleibt, um systematisch Kennzahlen zu prüfen oder strukturiert Entscheidungen abzuwägen.

Das unternehmerische Bauchgefühl scheint einen Ausweg zu bieten, doch oft trägt es auch – und das böse Erwachen kommt viel zu spät. „Viele Mittelständler nehmen Aufträge an und investieren in der Hoffnung auf den künftigen Umsatz in spezielle Maschinen, ohne zu berechnen, ob sich dies überhaupt lohnt“, erzählt Männchen. „Häufig denken sie auch nicht daran, die pessimistischen Szenarien durchzuspielen: Was passiert zum Beispiel, wenn der Auftrag nicht den erhofften Umsatz bringt oder Folgeaufträge

>



Schätzen Sie die Schadenshöhe, die Kosten der Gegenmaßnahmen, die Wahrscheinlichkeit des Eintretens. Gehen Sie ähnlich bei den Chancen vor: Prognostizieren Sie potenzielle Umsätze, den Aufwand etc. Notieren Sie all diese Informationen auf der Risikolandkarte – sie dienen als Grundlage für künftige Entscheidungen.

4

ERSTELLEN SIE EINE RISIKOLANDKARTE.

Machen Sie sich klar, wo Ihr Unternehmen besonders verletzlich ist. Legen Sie zudem die Top Ten und damit Prioritäten für Risiken und Chancen fest.

5

SUCHEN SIE DIE NEURALGISCHEN PUNKTE.