

ANDREAS DITTBERNER
MANAGEMENT - CONSULTING
&
COUNSELLING

AD MC&C Beratungsfeld: Management

AD MC&C ist ein individuell beratendes, branchenübergreifendes Dienstleistungsunternehmen, das sich grundsätzlich am Kunden und seinen Möglichkeiten orientiert - gleichwohl den Kunden auf Alternativen und optimalen Ressourcennutzen aufmerksam macht.

Die angebotenen Beratungsfelder umfassen:

1. Management
2. Marketing / Vertrieb
3. Human Resources

Ungeachtet, dass neben anderen betriebswirtschaftlichen Disziplinen, z.B. Beschaffung, Logistik, Produktion, ein vernünftiges Zusammenspiel aller Bereiche zur Erbringung bestmöglicher Leistung notwendig ist und gewährleistet sein sollte, sind die o. g. Felder Grundvoraussetzung.

Insbesondere 1. Management, zu dem u. a. Strategieplanung, -beratung und Unternehmensführung gehören. Die Unternehmensstrategie ist die absolute Voraussetzung für zielorientierte Unternehmensplanung und legt die Richtung fest, die anschließend mittels der Planung erreicht werden soll.

Meistens kann davon ausgegangen werden, dass ein Kunde ein bestehendes Produkt, Sortiment oder eine Dienstleistung anbietet. Hier fühlt er sich subjektiv kompetent und fit. Ob das in der Realität so ist, lässt sich nicht immer definitiv bestätigen; auch wenn die betriebswirtschaftlichen Kennziffern das Geschäft durchaus positiv darstellen.

Oftmals wird, verglichen mit einem Hamster im Rad, seitens des Unternehmers, des Geschäftsführers oder Managers derart dem Abarbeiten, Erledigen des Tagesgeschäfts nachgegangen, dass das Wesentliche – die Unternehmens- oder Bereichsführung = Blick nach vorne in die Zukunft – sträflich vernachlässigt wird.

Die in jedem BWL Erstsemester-Basishandbuch aufgeführten Managementfunktionen zur Steuerung eines Unternehmens:

- | | |
|-------------------|--|
| • Planung | - Ziele, Strategien, Maßnahmen |
| • Organisation | - administrativer Aufbau des Unternehmens |
| • Human Resources | - Personalbeschaffung, Aus-Weiterbildung, Förderung |
| • Führung | - leben des Unternehmens, Vorbildfunktion, Leitziel, Kommunikation |
| • Kontrolle | - Abgleich: Ziel – Ergebnis |

werden, so die tägliche Praxis, häufig missachtet! Zwar ständig mit überaus verständlichen Argumenten begründet, aber nichtsdestotrotz inakzeptabel in ihrer Wirkung.

Wie auch immer es unternehmensspezifisch definiert wird, ist zweitrangig – in erster Linie geht es um Effizienz und eine klare Struktur des: was will ich wie, womit erreichen und verdiene ich damit wie viel Geld. (Unter Berücksichtigung korrekte und fairer Umgangsregeln mit dem wichtigsten aller "Betriebsmittel": dem Menschen, oder aus Sicht AD M&C dem MITARBEITER).

ANDREAS DITTBERNER
MANAGEMENT - CONSULTING
&
COUNSELLING

Wir haben es heute mit einem verschärften internationalen Wettbewerb, verstärkten ökologischen und fiskalpolitischen Anforderungen und einer nicht mehr immer exakt vorhersehbaren, fix definierbaren und planbaren Nachfrage zu tun.

Normalität ist sozusagen Diskontinuität. Das bedeutet Erschwerung der Unternehmensführung einerseits (gerade was das menschlich bedingte Absicherungsverhalten angestellter und/oder abhängiger Mitarbeiter betrifft), aber auch Chancen andererseits.

Vielen Unternehmen, wie Konsumenten geht es heute gleich "schlecht" oder gleich "gut". Es gibt kaum garantierte Erfolge – ABER es gibt Strategien, Mittel und Wege, eben andere Lösungen, andere Wege zu gehen!

Das, gemeinsam mit den Kunden herauszuarbeiten, ist ein schwergewichtiger Tätigkeitsbereich der Andreas Dittberner Management-Consulting & Counselling Unternehmensberatung.

Im Bereich der strategischen Unternehmensführung wird von AD MC&C mit dem Kunden zusammen, die langfristige und ertragsstarke Überlebensfähigkeit des Unternehmens abgesichert. Erfolgspotenziale finden wir dafür in ausreichendem Maße. Das ist und genau hier liegt die Kunst: das Potenzial und jeweils für den Kunden sinnvoll Machbare herauszufinden.

Ein weiteres Kriterium ist die Dynamik der Unternehmensstrategie, bzw. der Unternehmensplanung. Bei den z. Zt. vorherrschenden nationalen, wie internationalen Marktgegebenheiten – alles ist möglich, nicht steht fest, eherne Gesetze sind/wurden außer Kraft gesetzt – geht es um Schnelligkeit, Variabilität und Effektivität. Nicht mit wissenschaftlichem Eifer die Erfolge der Vergangenheit rezitieren, sondern alle Kräfte gebündelt in die Zukunft formieren ist die unabdingbare Forderung.

Etwaige, bereits realisierte Wettbewerbsvorteile lassen sich, auf der Zeitachse, nicht mehr dauerhaft verwerten; d. b. stabile, gefestigte Wettbewerbspositionen müssen zugunsten mehrerer befristeter (Teilzeit-) Vorteilspositionen ersetzt werden.

Hier ist es wiederum die Aufgabe von AD MC&C dem Kunden und/oder mit dem Kunden die Komplexität des Wettbewerbs aufzuzeigen und für/mit dem Unternehmen gangbar zu machen. Und zwar auf eine allgemein verständliche und handlungsreelle Art und Weise.

Denn diese Komplexität geht einher mit Unsicherheiten a) generell, wohin geht die Entwicklung des Unternehmens, b) speziell, es arbeiten Menschen mit all ihren Eigenschaften und Eigenarten im Unternehmen und einer großen Unsicherheit ob der Unschärfe des Ausgangs der verschiedenartigen Szenarien.

Das ist die Teilbeschreibung einer Hauptaktivität der AD MC&C. Die angebotenen Leistungsfelder können von Kunden einzeln und kombiniert angefragt und eingesetzt werden; er gibt den grundsätzlichen Bedarf und seine Wünsche vor. In einem gemeinsamen Gespräch werden diese Vorgaben zunächst analysiert und evaluiert, im Anschluss die jeweiligen Schritte konkret festgelegt. Der Kunde ist jederzeit direkt involviert und stets auf aktuellem Kenntnisstand.