

Fitte Unternehmen sind die Gewinner der Krise!



Warum eine Krise für ein KMU
eine grosse Chance sein kann.

Überreicht von:

Christian Katz, Mitglied Alchemy-Network

wissen.org Katz & Partner
Rudwies 17
CH-9322 Egnach
T. +41 (0)71 470 03 30
M. +41 (0)78 603 03 40
Email: katz@wissen.org
www.wissen.org

Urheberrecht

© 2010 The Alchemy Network. Alle Rechte vorbehalten.

Der Inhalt dieser Veröffentlichung noch Auszüge daraus dürfen ohne die schriftliche Erlaubnis des Herausgebers weder kopiert noch verbreitet werden, weder mechanisch noch elektronisch, noch als Fotokopien, Aufzeichnungen oder sonstiger Speicherung und Wiederverwertung. Anfragen sind an die Herausgeber zu richten.

The Alchemy Network
Deutschland, Schweiz und Österreich
Bahnhofstrasse 58
CH - 8001 Zürich

Tel: +41 43 497 29 84

Fax: +41 43 497 29 86

Email: info@Alchemy-Network.eu

Web: www.Alchemy-Network.eu

Rechtliche Hinweise

Auch wenn alle Angaben auf Ihre Richtigkeit und Vollständigkeit geprüft wurden, können diese trotzdem Fehler oder Ungenauigkeiten enthalten. Weder der Autor noch der Herausgeber übernehmen deshalb hinsichtlich der Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität dieser Publikation eine Haftung für Schäden materieller oder ideeller Art.

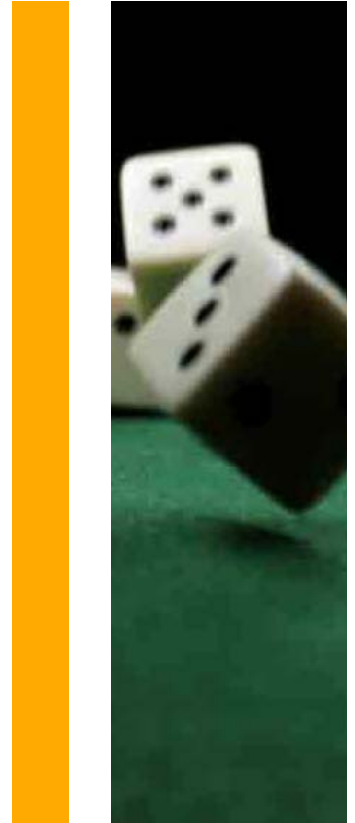
Diese Publikation ist nicht gedacht als Quelle rechtlicher oder wirtschaftlicher Beratung. Der Herausgeber weist ausdrücklich darauf hin, dass diese Informationen möglicherweise unterschiedlicher staatlicher oder regionaler Gesetzgebung unterworfen sind. Alle Nutzer werden angehalten, sich über die aktuelle und lokale Gesetze zu informieren, welche auf die spezifische Situation des einzelnen Nutzers oder auf die Verwendung dieser Informationen anzuwenden sind.

Der Erwerber oder Leser dieser Publikation übernimmt ausschliesslich die Verantwortung für die Nutzung des Materials und der Informationen. Der Autor und der Herausgeber übernehmen keine Haftung gegenüber dem Erwerber und Leser dieser Informationen und für die Anwendung oder Nicht-Anwendung der angegebenen Informationen. Es besteht keine Garantie für den Erfolg durch die Anwendung der gegebenen Empfehlungen oder Vorschläge.

Allfällige Beleidigungen oder Kränkungen von Personen oder Organisationen sind unbeabsichtigt.

Inhaltsverzeichnis:

Einleitung	4
Warum kommt die große Konkurswelle für die Unternehmen erst nach der Krise?	4
Gibt es für kleinere Unternehmen einen erfolgreicherer Weg durch die Krise?	5
1 Bauen Sie ein zielgerichtetes Marketing- und Verkaufssystem auf.	
2 Schlüsselkennzahlen, Ihr Frühwarnsystem.	
3 Analysieren Sie Marktveränderungen und erkennen Sie Chancen	
4 Ein straffes Cash-Management	
In Veränderungsprozessen siegen die Schnellen. Wie werden Sie zum Sieger?	8
Der Weg zu großem Erfolg ist selten ein Sololauf.	10





Einleitung

Nach gut zwei Jahren Wirtschaftskrise scheint die konjunkturelle Talsohle durchschritten zu sein. Seit Anfang dieses Jahres meldet die Mehrheit der Unternehmen eine Zunahme ihrer Aktivitäten. Trotz der Erholung der Wirtschaft ist jedoch eine weitere Zunahme an Firmenkonzursen zu verzeichnen, ja von wahren Pleiterekorden ist sogar die Rede.

Nicht für jedes Unternehmen ist der Konjunkturumschwung zwingend positiv. Die steigende Nachfrage bedingt einen Mehrbedarf an Kapital. Die Unternehmen müssen die erhöhte Nachfrage decken können, die Kosten steigen. Infolge der Umsatzeinbrüche während der Krise sind die Kassen jedoch leer und auch die Reserven vieler Unternehmen sind aufgebraucht. Unter diesen Bedingungen Fremdkapital zu beschaffen, ist nahezu aussichtslos.

Ein Rückgang des Gewinns ist nicht sofort dramatisch, aber mangelnde Liquidität bedeutet den Anfang vom Ende des Unternehmens. Zahlungsschwierigkeiten kosten Vertrauen. Lieferanten liefern nur noch gegen Vorauszahlung - laufende Aufträge können nicht erfüllt, neue nicht angenommen werden, die Bestände fehlen. Die Einnahmen sinken also weiter. Die Abwärtsspirale dreht sich immer schneller.

Der Unternehmer sieht sich gezwungen, Privatvermögen einzuschleusen. Gelingt dann die Sanierung nicht, ist die letzte Konsequenz der Konkurs.

Entziehen Sie sich dem Diktat der Konjunktur!

Führen Sie in Ihrem Unternehmen von Anfang an eine systematische Marktbearbeitung ein. Das ermöglicht es Ihnen, die Veränderungen des Marktes frühzeitig erkennen und rechtzeitig gegensteuern zu können. So können Sie die Veränderungen im Markt zu Ihrem Vorteil zu nutzen und für Ihr Unternehmen neue Chancen und Potenziale erschließen. Somit ist Ihr Unternehmen während und nach einer Krise bestens positioniert.

Warum kommt die große Konkurswelle für die Unternehmen erst nach der Krise?

Die Immobilienkrise 2007 in den USA hat dem Wirtschaftsboom zu Anfang dieses Jahrhunderts ein jähes Ende bereitet. Als die Krise Anfang 2008 auch Europa erreichte, erlebte die europäische Wirtschaft die turbulentesten Jahre seit der Erdölkrise. Sozusagen keine Branche konnte sich der Rezession entziehen. Gewisse Industrien mussten Umsatzrückgänge von bis zu sechzig Prozent hinnehmen. Das war eine Herausforderung für viele mittelständische Unternehmen.

Bereits im ersten Quartal 2010, kurz nach dem Abschwung, häuften sich in den europäischen Ländern die positiven Meldungen wieder. In den meisten Branchen zeigen die Indikatoren wieder nach oben. In vielen Märkten beginnt sich das Wachstum zu beschleunigen. Die Zuversicht steigt: Die erwartete Nachfrage wird zunehmend positiver eingeschätzt.

Trotz dieser Erholung der Wirtschaft ist eine weitere Zunahme der Firmenkurse festzustellen. Die Schlagzeilen melden Pleitenrekorde für das 1. Quartal 2010. Wie ist das möglich?

Auch wenn nach den massiven Umsatzeinbrüchen die Absatzzahlen bereits wieder steigen, bedeutet das nicht für jedes Unternehmen eine Entspannung der Situation. Wer von dieser steigenden Nachfrage profitieren will, hat einen erhöhten Kapitalbedarf. Die zweijährige Krise hat jedoch die Reserven vieler Unternehmen aufgebraucht. Hinzu kommen die veränderten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen infolge der Wirtschaftskrise. So sind Banken noch immer zurückhaltend mit der Kreditvergabe. Und die Kreditwürdigkeit wird aufgrund der Vergangenheitszahlen beurteilt. Beides zusammen macht die Beschaffung von Fremdkapital für kleinere und mittlere Unternehmen sozusagen unmöglich. Mangelnde Liquidität führt jedoch über kurz oder lang in die Insolvenz.

Der Unternehmer sieht sich dann gezwungen, Privatvermögen einzuschießen oder bei Freunden und Bekannten Kredite aufzunehmen. Bei einer Einzelfirma haftet der Inhaber sowieso mit seinem ganzen privaten Besitz für Geschäftsschulden. Gelingt dann die Sanierung nicht, ist die letzte Konsequenz der Konkurs des Unternehmens oder im schlimmsten Fall der Privatkonkurs.

Und das gerade dann, wenn die Weichen für den nächsten Aufschwung gestellt sind. Für mittelständische Unternehmen ist daher die Vorsorge in guten Zeiten wichtig, denn dann bleiben sie fit in der Krise und können am nachfolgenden Aufschwung teilnehmen.

Gibt es für kleinere Unternehmen einen erfolgreicherer Weg durch die Krise?

In kritischen Zeiten kann ein Unternehmer kaum einen Kredit von den Banken erwarten. Andererseits will oder kann ein gewiefter Unternehmer auch nicht seine persönlichen Geldreserven wieder zurück führen. Auch ein Überbrückungskredit von Freunden und Verwandten ist nicht gerade der Traum eines selbständigen Unternehmers.

«In kritischen Zeiten kann ein KMU kaum einen Kredit von den Banken erwarten.»





Die beste Liquidität verschaffen Sie sich von Ihren Kunden. Je mehr zufriedene, kaufwillige Kunden Sie haben, desto besser geht es Ihrer Liquidität. Denn diese Liquidität versiegt nicht, wenn Sie es richtig angehen.

Die Stärke der mittelständischen Unternehmen besteht darin, dass sie oftmals nicht so stark von der Größe des Gesamtmarktes abhängen. Als mittelständisches Unternehmen haben Sie den Markt meist noch lange nicht ausgereizt und Sie können viel flexibler auf die veränderten Wettbewerbsbedingungen reagieren. Natürlich gibt es Ausnahmen, welche die Regel bestätigen. Zum Beispiel, wenn Sie in einer Nische tätig sind und dort einen sehr hohen Marktanteil haben. Das trifft aber für die meisten mittelständischen Unternehmen nicht zu. Ein schrumpfender Markt ist daher noch lange kein Grund, dass der Umsatz auch schrumpfen muss.

Als cleverer Unternehmer sehen Sie jetzt Ihre Chance und lassen sich von der Wirtschaftskrise kein Schnippchen schlagen. Sie nutzen die veränderte Situation zu Ihren Gunsten. Denn jetzt fahren alle Ihre Mitbewerber die Marktbearbeitung zurück und dadurch erzielen Sie jetzt viel bessere Resultate. So kommen Sie einerseits gut durch die Krise und besser noch: Sie sind optimal für den kommenden Aufschwung gerüstet.

Um Ihr Unternehmen durch alle Wirtschaftsphasen auf einem langfristigen Wachstums- und Erfolgspfad zu halten, gilt es, die folgenden Felder zu beherrschen:

- ▶ Ein zielgerichtetes Verkaufs- und Marketingsystem.
- ▶ Schlüsselkennzahlen und ein Frühwarnsystem.
- ▶ Analyse der Marktveränderungen und das Erkennen von Chancen.
- ▶ Ein straffes Cashmanagement.

«Als cleverer Unternehmer nutzen Sie die Gunst der Stunde und sehen in der Krise Ihre Chancen.»

1 Bauen Sie ein zielgerichtetes Marketing- und Verkaufssystem auf.

Viele Unternehmen messen ihre Verkäufe am Umsatz. Das ist natürlich richtig, denn erst wenn der Auftrag geschrieben, ja bezahlt ist, kann man wirklich von einem Umsatz sprechen. Doch kommen dann die erwarteten Verkäufe nicht, fehlen diesen Unternehmen die Instrumente, um den Umsatz wieder anzukurbeln. In

einer Krise trifft dieses Versäumnis solche Unternehmen umso härter. Denn den Zeitpunkt, zu dem der Umsatz hätte geschrieben werden sollen und damit die halbe Krisenbewältigung, haben sie verschlafen.

Kaufen Ihre Kunden nicht mehr bei Ihnen, dann können Sie zuschauen, wie Ihre Liquidität mehr und mehr unter Druck gerät. Dadurch wird aber die Handlungsfreiheit eines Unternehmers massiv eingeschränkt. Denn mit dem Rücken zur Wand, lässt sich bekanntlich schlecht kämpfen.

Als vorausschauender Unternehmer bauen Sie sich daher ein Marketing- und Verkaufssystem auf, das Ihnen Schritt für Schritt aufzeigt, wo Sie sich auf dem Weg zu Ihrem Verkaufserfolg befinden. Sie wissen woher, wie viele Interessenten kommen. Sie wissen, wie viele Interessenten Sie benötigen, um Ihren Umsatz zu sichern. Sie wissen, wie lange es dauert, bis ein Interessent bei Ihnen kauft. Sie wissen auch, mit welchen Maßnahmen Sie mit Ihren bestehenden Kunden kurzfristig mehr Umsatz erzielen können. Und vor allem wissen Sie, wohin sich Ihr Geschäftserfolg entwickelt, wenn sich das Umfeld nicht verändert.

Das ist eine gute Ausgangslage, denn Sie sind in der Lage, Ihre eigenen Fähigkeiten richtig einzuschätzen. Sie haben eine Sicherheit in der Beurteilung Ihrer eigenen Leistung und erkennen dadurch viel schneller, wenn sich der Markt verändert.

2 Schlüsselkennzahlen, Ihr Frühwarnsystem.

Ein Unternehmen kann in der Regel schon mit sehr wenigen Kennzahlen effizient geführt werden, wenn die richtigen Schlüsselkennzahlen definiert sind und somit ein Frühwarnsystem etabliert ist.

Führen Sie daher schon in einer frühen Phase Ihres Unternehmens, am besten von Anfang an, ein regelmäßiges Reporting der wichtigsten Kennzahlen Ihres Betriebs ein. Identifizieren Sie die Frühindikatoren und die wichtigsten Kennzahlen, von der Anzahl Ihrer Interessenten über die Verkaufsabschlüsse und die Bruttomarge bis hin zu den Cash-Reserven Ihres Betriebs. Sie kennen Ihre Fixkosten genau und wissen, wie viel Ihr Unternehmen erarbeiten muss, um in der Gewinnzone zu bleiben. Verschaffen Sie sich die Transparenz und lassen Sie sich diese Kennzahlen fortlaufend und aktuell aufbereiten. Achten Sie darauf, dass Sie korrekte und aussagekräftige Zahlen erhalten.

Insbesondere in turbulenten Zeiten, wie Sie sie in einer Wirtschaftskrise vorfinden, wird sich das für Ihr Unternehmen und für Sie bezahlt machen. Sie sind der Kopf Ihres Unternehmens und Sie müssen rechtzeitig Maßnahmen ergreifen, um Ihr Unternehmen durch wirtschaftliche Tiefen und veränderte Rahmenbedingungen zu führen. Mit aussagekräftigen Kennzahlen stellen Sie Veränderungen im Markt rechtzeitig fest und können gegensteuern. So vermeiden Sie Liquiditätsengpässe bereits im Vorfeld und verschaffen sich eine gute Ausgangslage für den nachfolgenden Aufschwung.

Dass ein systematisches Marketing- und Verkaufssystem für ein fittes Unternehmen essentiell ist, haben wir bereits gesehen. Wenn Sie insbesondere die Kennzahlen im Verkauf – wir nennen sie die «7 Gewinn-Multiplikatoren» – genau messen, erkennen Sie Veränderungen sofort.

Der erste Indikator ist oft, dass einige oder mehrere Quellen für Interessenten versiegen. Oder die Verkaufs-Abschlussquoten sinken signifikant. Weil Ihr System gut etabliert ist,



« Mit aussagekräftigen Kennzahlen stellen Sie Veränderungen im Markt rechtzeitig fest.»



wissen Sie, dass dies mit großer Wahrscheinlichkeit nicht an Ihrer Verkaufsorganisation liegt, sondern an den veränderten Marktbedingungen.

Sie verfügen also über die Informationen, die Ihnen ein rechtzeitiges Agieren ermöglichen. In der Phase der Veränderung stecken viele neue Chancen und vielleicht entstehen neue Geschäftsmodelle. Da Sie die Veränderung rechtzeitig erkennen, sind Sie in der Lage, die richtigen Entscheide und Weichen zu stellen. Sie haben sich die Grundlage geschaffen, um zu den Gewinnern der Krise zu gehören.

3 Analysieren Sie Marktveränderungen und erkennen Sie die Chancen

Unter den schwierigsten Bedingungen zeigt sich die Wettbewerbsfähigkeit der Marktteilnehmer am deutlichsten. Oft sind es gerade die Marktführer, die aus einer Krise als Verlierer herausgehen und unbekannte Firmen übernehmen neu die Marktführerschaft. Untersuchungen zeigen auf, dass 47% der besten Unternehmen nach der Wirtschaftskrise nicht mehr zu den Besten zählen. Jedoch 13% der anfänglich mittelmäßigen Unternehmen steigen in die Topliga auf! Das ist eine Umkehr der Marktordnung – und das geschieht meist in nicht mehr als zwei Jahren! Als Inhaber eines mittelständischen Unternehmens ist die Krise also Ihre Chance!

Was viele Unternehmen als «schlechte Nachrichten» bezeichnen, sehen andere durchaus als Chance. In einer Krise verändert sich das Konsumentenverhalten. Während einige Konsumenten lernen, dass man Geld auch sparen kann oder es sogar müssen, nutzen andere Konsumenten die Gunst der Stunde und investieren ihr Geld in attraktive Angebote und profitieren von den Konjunkturprogrammen der Regierungen.

Zum Beispiel konnten die deutschen Konsumenten dank der Abwrackprämie noch nie so günstig ein neues Fahrzeug erwerben. Oder die immensen ökologischen Impulsprogramme, die Hausbesitzer zu Solardächern und besseren Isolationen zu attraktiven Preisen verholfen haben.

Eine derart gewaltige Krise, wie die Finanzkrise 2008, zieht weitere tiefgreifende Veränderungen nach sich. Denken Sie nur an die neuen Regulierungen, die in der Finanzindustrie zu erwarten sind,

oder die neuen Steuern, welche erhoben werden. Diese Veränderungen haben Einfluss auf die Marktbedingungen in verschiedenen Märkten. Wenn in England hohe Boni besteuert werden, ist es möglicherweise vorteilhafter, die Gewinne und Boni an anderen Orten zu generieren. Arbeitsplätze werden wahrscheinlich deshalb verschoben. An den neuen Orten entsteht ein neuer Markt, denn die Bezüger der Boni wollen wieder konsumieren, und zwar lokal. Also eine Chance aufgrund von Marktveränderungen.

Auch in der Erholungsphase sind weitere Veränderungen zu erwarten. Die Regierungen haben in die Konjunkturstabilisierung investiert, diese Investitionen müssen zurück gefahren werden. Die Staaten waren bereits verschuldet und haben sich so noch mehr ver-

«Analysieren Sie die Veränderungen mit dem richtigen Fokus.»

schuldet. All dies wird zu Veränderungen führen, die Sie als Inhaber eines mittelständischen Unternehmens betreffen. Daraus ergeben sich neue Herausforderungen, aber auch Chancen.

Wenn Sie also dank Ihrer Wachsamkeit Veränderungen im Markt rasch erkennen, sind Sie den halben Weg zum Erfolg bereits gegangen. Nun liegt es an Ihnen, ob Sie in das allgemeine Wehklagen einstimmen und sich dem herrschenden Pessimismus hingeben wollen oder ob Sie für sich die Gunst der Stunde nutzen und in Chancen und neuen Potenzialen denken.

Analysieren Sie also die Veränderungen mit dem richtigen Fokus. Entdecken Sie Ihre neuen Chancen und vielleicht sogar neu entstehende Geschäftspotenziale und Märkte für Ihr Unternehmen. Sie haben die Voraussetzungen geschaffen, um die richtigen Entscheidungen zu treffen und die Weichen rechtzeitig zu stellen. Sie können zu den Gewinnern der Krise gehören.

4 Ein straffes Cash-Management

Damit Sie all Ihre Pläne und Chancen realisieren können, ist neben den bereits erwähnten Maßnahmen auch ein straffes Cash-Management notwendig. Natürlich kann ein Cash-Engpass kurzfristig ausgeglichen werden, doch noch besser ist es, wenn Sie dieses Cash-Management in Ihrem Unternehmen zum Standard erheben.

In diesem Rahmen seien nur einige wenige Cash-Management-Instrumente genannt. Insbesondere jene, die auch kurzfristig zu mehr Cash führen können:

- ▶ Kurze Zahlungsziele festsetzen und offene Forderungen umgehend eintreiben.
- ▶ Ihrer Leistungen laufend und rasch fakturieren.
- ▶ Die Zahlung eigener Verbindlichkeiten so weit wie möglich hinauszögern.
- ▶ Ein optimales Lagermanagement führen und vorhandene Lagerbestände abbauen.
- ▶ Kostenintensive Prozesse outsourcen und die Fixkosten tief halten.
- ▶ Investitionen aufgrund der Cash- und Marktsituation optimieren.

Die obigen Maßnahmen sollten Sie permanent im Griff haben. In der Krisensituation lohnt es sich aber, sie nochmals zu überprüfen und gegebenenfalls den veränderten Bedingungen anzupassen.



«Besser ist es, wenn Sie dieses Cash-Management in Ihrem Unternehmen zum Standard erheben.»



In Veränderungsprozessen siegen die Schnellen. Wie werden Sie zum Sieger?

Die Liquidität ist also das Wichtigste für jedes Unternehmen. Mangelnde Liquidität kann bedeuten, dass Ihr Unternehmen über Nacht schließen muss. Liquidität ist der Schlüssel für die Zukunft Ihres Unternehmens und damit für Ihre Zukunft und die Zukunft Ihrer Mitarbeiter und Partner. Die Liquidität ist das Lebenselixier Ihres Unternehmens.

Liquidität ist ein Produkt Ihrer erfolgreichen Marktbearbeitung. Wenn Sie von der ersten Bewerbung Ihres Angebotes bis zur Zufriedenheit Ihrer Kunden alle Schritte beherrschen, sind Sie auf einem guten Weg zu einer nachhaltig gesicherten Liquidität in Ihrem Unternehmen. Und dank Ihrer systematischen Marktbearbeitung erkennen Sie rechtzeitig, wenn sich der Markt verändert.

Alle Veränderungen im Markt verlangen eine Anpassungen Ihrer Strategie. Da die Anpassungen naturgemäß immer zeitversetzt zu den Veränderungen sind – die Veränderungen müssen ja erst bemerkt werden – ist der Zeitfaktor erfolgsbestimmend.

Egal, wo Sie mit Ihrem Unternehmen heute stehen, ob Sie erst Ihr Marktbearbeitungssystem aufbauen müssen oder sich neue Märkte erschließen wollen, bei schnellen Veränderungen ist Fachwissen gefragt. Sie können sich nicht auf die Methode «Trial & Error» (Versuchen und aus Fehlern lernen) verlassen. Zum Glück müssen Sie aber nicht alles selbst können.

Der Weg zu großem Erfolg ist selten ein Sololauf.

«Viele erfolgreiche Unternehmer haben oft einen Mentor oder Coach an ihrer Seite.»

Versetzen Sie sich in die Zeit Ihrer Grundschule zurück. Stellen Sie sich vor, Ihr Lehrer hätte Ihnen am ersten Tag das Lehrbuch übergeben und gesagt: «Hier ist Dein Lehrbuch für den Unterricht in diesem Jahr, lies es und in sechs Monaten komme ich wieder und nehme die Prüfung ab. Viel Glück!»

Sicher würden Sie eine solche Lehrperson als verrückt bezeichnen.

Auch wenn Sie es vielleicht nicht immer schätzten. Ihr Lehrer nahm sich die Zeit, Sie täglich zu coachen. Wenn Sie mal das Glück hatten, einen exzellenten Lehrer zu haben – in der Schule oder in der Freizeit –, dann erinnern Sie sich, wie viel mehr und schneller Sie lernen konnten, wie viel einfacher Sie Ihre Ziele erreichten. Weil es ganz einfach Spaß machte, mit jemandem zusammen auf den Erfolg hin zu eifern.

Dieser exzellente Lehrer hatte die Rolle eines Mentors. Dieses Beispiel zeigt Ihnen, wie wichtig es ist, einen Mentor zu haben. Jemanden, der einen führt und leitet und mit dem Sie Erfahrungen und Ideen austauschen können. Natürlich ist der Mentor, den Sie heute benötigen, anders als damals. Aber Ihr Mentor wird immer über Wissen verfügen, das Sie in Ihrer aktuellen Situation benötigen, und Ihnen aufzeigen, wie Sie dieses Wissen für sich einsetzen können.

Wenn Sie nun der Meinung sind, dass Sie das Potenzial solcher Marktveränderungen nicht vollständig ausschöpfen. Wenn Sie der Meinung sind, dass Sie alles probiert haben und Ihre Ideen erschöpft sind und Ihr Unternehmen dennoch stehen bleibt. Dann reichen wahrscheinlich dreißig Minuten Telefongespräch mit einer erfolgreichen Persönlichkeit nicht aus. Was Sie wirklich brauchen, ist jemand, der Ihnen hilft, die Herausforderungen und Probleme in Ihrem Unternehmen nachhaltig und systematisch zu lösen. So, dass Ihr Unternehmen für weiteres Wachstum und kommende Chancen bereit ist.

Denken Sie darüber nach: Wie viele Seminare haben Sie besucht, wie viele Bücher haben Sie gelesen, von denen Sie überzeugt waren, sie würden Sie weiterbringen? Und trotzdem wurden die Ideen nie Wirklichkeit! Sind da ein paar Sachen, von denen Sie überzeugt sind, dass sie implementiert werden müssten, aber irgendwie kommen Sie nie dazu? Nun, dann ist es Zeit, dass Sie mit jemandem zusammen arbeiten, der Ihnen wirklich hilft, Dinge in die Praxis umzusetzen. Greifen Sie zu den Methoden der Erfolgreichen!

Die meisten Top-Sportler haben einen Coach, auch Roger Federer, Jan Ulrich oder Tiger Woods. Natürlich können diese Personen ihren Coach jederzeit schlagen. Aber diese Leute kennen das, was diese Top-Sportler auf dem Weg zum Erfolg brauchen.

Auch die erfolgreichsten Unternehmer haben fast immer einen Mentor oder Coach an ihrer Seite. Bill Gates' Coach zum Beispiel war kein geringerer als Warren Buffet. Warum haben diese erfolgreichen Leute einen oder mehrere Coaches?

- ▶ Weil sie sich bewusst sind, dass wir alle unsere eigenen Fehler selten sehen. Wir sind zu involviert und sehen nicht, was um uns herum vor sich geht.
- ▶ Weil alles um uns herum mit großer Geschwindigkeit immer anspruchsvoller wird – Technologien, Mitbewerber usw. Und so müssen wir immer besser werden, schon allein um Schritt zu halten.
- ▶ Weil erfolgreiche Menschen gelernt haben, dass sich Erfolg nicht in der Einsamkeit machen lässt. Der Erfolg kommt durch Austausch und Inspiration!

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg und mutiges Unternehmertum!

« Wie viele Seminare haben Sie besucht, wie viele Bücher haben Sie gelesen, von denen Sie überzeugt waren, sie würden Sie weiterbringen? Und trotzdem wurden die Ideen nie Wirklichkeit! Wenn Sie wirklich etwas verändern wollen, holen Sie einen Profi an Ihre Seite. Dieser Einsatz für Ihren Erfolg lohnt sich.





Das Alchemy Network bringt Wachstum in Ihr Unternehmen.

«Weil es Ziel jedes Unternehmens ist, Kunden zu gewinnen, hat das Unternehmen zwei – und ausschließlich zwei – Aufgaben; Marketing und Innovation. Marketing und Innovation führen zum Erfolg, alles andere generiert Kosten.»

Peter Drucker.

Diese Aussage des angesehenen Harvard Professors Peter Drucker trifft genau den Kern der Alchemy-Methode. Die Alchemy-Methode bringt den mittelständischen Unternehmen mehr Wachstum und Gewinn. Alchemy fokussiert auf das Wichtigste in Ihrem Unternehmen, auf Resultate und Gewinne..

Dafür stehen wir ein

Viele inhabergeführte Unternehmen schöpfen ihr Potential nicht voll aus. Als professionelle Fachleute führen die Inhaber ihr Unternehmen oft bis zu einem bestimmten Punkt und finden dann den Schlüssel zu weiterem Wachstum nicht. Genau hier setzt Alchemy ein: Wir helfen kleineren und mittelgroßen inhabergeführten Unternehmen, das Potenzial ihres Unternehmens voll auszuschöpfen, auch dem Ihrigen! Wir entwickeln mit Ihnen schlagkräftige Geschäftsentwicklungspläne und generieren neue Kunden und Gewinne für Ihr Unternehmen. Dann setzen wir Ihr Unternehmen auf «Autopilot», indem wir dieses neue Wachstum in Ihrer Organisation verankern. Damit steigt der Unternehmenswert weiter und das Wachstum wird nachhaltig.

Als Unternehmer profitieren Sie von den neuen Gewinnen, dem gestiegenen Unternehmenswert und verfügen erst noch über mehr Freiheit. Denn dank der Systematisierung hängt der Fortgang Ihres Unternehmens nicht mehr von Ihnen ab, Sie können sich auch mal eine Auszeit gönnen.

Unsere Unternehmensberater

Unsere Alchemy Partner sind handverlesene erfolgreiche Berufsleute. Sie verfügen über langjährige Erfahrung in Unternehmensführung, größtenteils in Linienfunktionen. In der Vergangenheit haben sie schon mehrfach Unternehmenswachstum und

Zusatzgewinne erzielt. Dank dem anspruchsvollen intensiven Training in Alchemy Unternehmenswachstums-Tools, -Prozessen und -Systemen sind sie bestens gerüstet, das ganze Potenzial Ihres Unternehmens aufzudecken und auszuschöpfen. Da unsere Unternehmensberater zum größeren Teil auf Provisionsbasis arbeiten, haben Sie die Sicherheit, dass sie an Ihren Erfolg glauben und alles dran setzen werden, das volle Potenzial Ihres Unternehmens auszuschöpfen.

Ihre Vorteile

Die Alchemy-Methode bringt schnell sichtbare Resultate. Schon kurz nach Beginn der Zusammenarbeit können Sie sehen, dass sich Ihr Unternehmen in die richtige Richtung entwickelt. Es lohnt sich für Sie, den ganzen Prozess durch zu gehen und dieses neue Wachstum in Ihrer Organisation richtig zu verankern. Denn damit schaffen Sie die Basis für einen weiteren Ausbau, für mittel- und langfristiges Wachstum.

Ihre Vorteile bei einer Zusammenarbeit mit einem akkreditierten Alchemy-Berater:

- ▶ Ihr Geschäft wächst signifikant.
- ▶ Ihre Marketinggelder werden effektiver eingesetzt.
- ▶ Ihre Gewinnmargen steigen.
- ▶ Die Effizienz Ihrer Marketingkampagnen steigt.
- ▶ Mögliche Joint-Venture Chancen werden genutzt.
- ▶ Sie lösen sich aus dem Tagesgeschäft und werden unabhängiger.
- ▶ Sie kennen Ihre persönliche Exit-Strategie und haben diese für alle Fälle vorbereitet.
- ▶ Sie steigern den Wert Ihres Unternehmens deutlich.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Rufen Sie uns an. Gerne bringen wir Sie mit einem Alchemy Partner in Kontakt, der Ihnen aufzeigen kann, wie Ihr Unternehmen mit der Alchemy-Methode mehr Wachstum erreicht.

Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit Ihnen!





The Alchemy Network Worldwide

England:

The Alchemy Network
Waterside House
Bonds Mill
Stonehouse
Gloucestershire
GL5 5BY, UK

Tel. +44 1453 826 710

Irland:

The Alchemy Network
77, Sir John
Rogerson's Quay
Dublin 2
Ireland

Tel. +353 890 255 455

Schweiz, Deutschland, Österreich

The Alchemy Network
Bahnhofstrasse 58
8001 Zürich
Schweiz

Tel. +41 43 497 29 84

USA & Kanada

The Alchemy Network
520 Broadway
Suite 350
Santa Monica
California, 90401
USA

Tel. +1 310 496 4260

Australien & Neuseeland

The Alchemy Network
Corporate Suite
28 Watts Drive
Varsity Lakes QLD 4227
Australia

Tel. +61 7 5580 997

Email: info@Alchemy-Network.eu
Web: www.Alchemy-Network.eu