




**Kreutz & Partner**  
UNTERNEHMENSBERATUNG BDU

# Letter of Success

Ausgabe 01 • März 2008



## Outsourcing – Ballast abwerfen und durchstarten

### **Prozessauslagerung**

Auf das Wesentliche konzentrieren  
und Kernkompetenzen bündeln

### **Projektmanagement**

Erfolgreich durch konsequentes, vorausschauendes  
Controlling und Risikomanagement

### **Staplerflottenmanagement**

Höhere Kosteneffizienz durch Analyse  
und Optimierung



### Konzentration auf das Wesentliche

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

dass jeder Marktteilnehmer das tun soll, was er am besten kann, ist eine altbekannte Regel. Spezialisierung nennen wir das. Sie dient letztlich auch der Gemeinschaft und sorgt dafür, dass eben nicht jeder alle Produkte des täglichen Bedarfs selber herstellen muss.

Dieses Prinzip funktioniert auch in großem Stil bei Unternehmen. Viele der heute noch intern gelösten Aufgaben und Dienstleistungen können effizienter, besser und unabhängiger durch einen Spezialisten erbracht werden. „Outsourcing“ ist das neudeutsche Wort dafür.

Unter Outsourcing fallen aber nicht nur die üblichen Verdächtigen wie Kantine, Werkschutz und Fuhrpark. Erfahren Sie in unserer ersten Ausgabe 2008 wie selbst sensible Themen wie EDV-Aus- und Weiterbildung oder Projektmanagement erfolgreich ausgelagert werden können. Der Erfolg liegt im Wesentlichen in der Gestaltung einer langfristigen, strategischen Partnerschaft. Daher müssen im Sinne einer ganzheitlichen Betrachtung neben Kosteneffekten immer auch andere Faktoren wie Zuverlässigkeit, Qualität, Sicherheit und Vertrauen einbezogen werden. Nur dann wird die Konzentration auf Kernkompetenzen auch zu einem Erfolg – für alle Beteiligten.

Spannende Lektüre und gute Gedanken wünschen Ihnen

Ihr

Uli Doberer

Manuel Kreutz

## Business Process Outsourcing

### Auf das Wesentliche konzentrieren und Kernkompetenzen bündeln

#### Wofür steht der Begriff „Outsourcing“?

In Zeiten hoher Auslastung und schlechter Verfügbarkeit zusätzlichen Personals wird versucht, durch Auslagerung von Dienstleistungen oder Teilen der Produktion zusätzliche Kapazitäten für die Kernkompetenzen zu schaffen – was in den meisten Fällen auch gelingt. Der Outsourcing-Partner übernimmt von seinem Auftraggeber Aufgaben, die nicht unmittelbar etwas mit dem Erfolg des Unternehmens zu tun haben. Nach dem Motto: „Do what you can do best – outsource the rest“. In Phasen geringerer Auslastung sind das Management und die Personalvertretungen sehr schnell geneigt, diesen Prozess wieder umzukehren, um die Beschäftigung sicherzustellen. Auch wenn der Erfolg in der Regel dann nur von kurzer Dauer ist.

#### Welche Vorteile hat Outsourcing?

- **Kostenvorteile:** Externer Leistungsbezug kann kostengünstiger sein. Eine weitere Möglichkeit bietet das „Offshoring“ (Verlagerung von Tätigkeiten in Billiglohnländer). Eine „Make-or-buy-Entscheidung“ ist aber immer schwierig.
- **Produktivitätsvorteile:** Ein externer Partner kann durch andere Umwelt- und sonstige Bedingungen eine höhere Produktivität und Effizienz erzielen.
- **Kernkompetenz:** Ohne fachfremden Ballast können sich die Mitarbeiter auf die eigentlichen Aufgaben im Unternehmen konzentrieren. Die Auslagerung peripherer Funktionen baut Komplexität ab und erleichtert auch eine strategische Neuausrichtung des Unternehmens.
- **Flexibilität:** Unterhält ein Unternehmen durch Outsourcing weniger Infrastruktur, kann es auf Erfordernisse des Wettbewerbs schneller reagieren.

#### Welche Nachteile hat Outsourcing?

- **Weniger Entscheidungskompetenz:** Ein einmal umgesetztes Outsourcing lässt sich nicht leicht rückgängig machen. Eine Abhängigkeit

von externen Spezialisten wird aufgebaut. Außerdem fürchten viele Unternehmer, durch Outsourcing Know-how zu verlieren. Betriebsgeheimnisse lassen sich nicht mehr so leicht bewahren.

- **Erhöhter Kommunikations- und Abstimmungsbedarf:** Besonders das Offshoring führt zu hohen Transaktionskosten, wenn Unternehmen bestimmte Aktivitäten weltweit auslagern. Kulturelle Differenzen und Sprachbarrieren sorgen für zusätzliche Schwierigkeiten.
- **Betriebsklima:** Outsourcing ist oft mit drohendem oder schleichendem Personalabbau verbunden. Das verunsichert die Belegschaft, Misstrauen breitet sich aus. Ressentiments gegenüber dem Outsourcing-Partner können die Folge sein.

#### Wer profitiert vom Outsourcing?

- **Zielfirmen:** Wir sagen heute selbstbewusst: Jedes Unternehmen, das den Mut hat, neue Wege zu gehen, damit fest definierte Ziele verfolgt und seine externen Partner sorgfältig und bewusst auswählt. Hier gilt: Es passt nicht immer der billigste Anbieter! Leistungsumfang und Leistungstiefe müssen klar definiert sein.
- **Prozessführerschaft:** Prozessführer muss der Leistungsempfänger sein, damit er sicher sein kann, die erwartete Leistung auch zu erhalten.
- **Kompetenzabsicherung:** Es sollte immer eine Restkompetenz im Unternehmen verbleiben, damit keine fatale Abhängigkeit entsteht.
- **Optimale Laufzeit:** Die oft heftig diskutierte Frage der Laufzeit hängt sehr stark von der ausgelagerten Aufgabe ab. Je komplexer die Aufgabe, desto wichtiger ist es, einen Partner auszuwählen, der 100prozentig passt und langfristig die Erfüllung sicherstellen kann (Outsourcing-Sicherheit).

#### Was jetzt?

Wenn Sie einen Ansatz für Outsourcing bei sich sehen, dann beraten wir Sie gerne.

Eberhard Mangold

# Projektbericht Outsourcing

## EDV-Schulung erfolgreich in professionelle Hände gelegt

An dieser Stelle möchten wir unsere Kunden zu Wort kommen lassen. Heute stellen wir ein Outsourcing-Projekt vor, das bei der VALLOUREC & MANNESMANN TUBES in Mülheim und Düsseldorf erfolgreich realisiert wurde. Die Redaktion sprach mit Klaus Heiss, verantwortlich für die Aus- und Weiterbildung bei der V & M Deutschland GmbH.

### Die Aufgabe

Bereits seit 1975 ist Klaus Heiss im Bereich der Ausbildung tätig und weiß, worauf es ankommt. „Da wir unsere Mitarbeiter ständig auf dem Laufenden halten müssen, galt es, eine Komplettlösung zu finden, die unsere Ausbildungsziele abdeckte sowie zeitgemäß und kostengünstig war“, so Klaus Heiss. „Auf der Suche nach einem geeigneten Partner haben wir mehrere Unternehmen kontaktiert, die aber alle nur Teilprojekte umsetzen konnten. Keiner hat uns die gewünschte Komplettlösung anbieten können“, erinnert sich Klaus Heiss. Mit der Problemstellung wandte er sich an die Firma Success, ein Unternehmen der Kreutz & Partner Gruppe.

### Alles aus einer Hand

Helmut Kreutz löste das Problem, indem er ein Komplettpaket vorstellte, das sowohl die benötigte Hardware als auch die Softwareumgebung und die dazugehörigen Schulungen beinhaltete. V & M hatte somit nur einen Ansprechpartner, auf den sie sich voll und ganz verlassen konnten.

Von der Planung über die Umsetzungsphase bis zur Implementierung verging ein knappes halbes Jahr, bis ein ausbildungsgerechtes System installiert war und erste Seminare durchgeführt werden konnten.

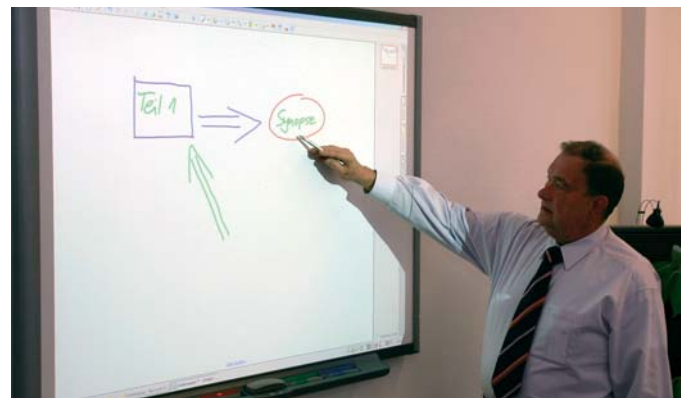
Zunächst wurden die benötigten Komponenten hinsichtlich der gesamten Ausstattung beschafft und installiert. Immerhin galt es, Qualifizierungszentren in Düsseldorf/Rath und in Mülheim/Ruhr so einzurichten, dass sie den Anforderungen der Ausbildung gerecht wurden. Neben den PC-Arbeitsplätzen mussten die ebenfalls notwendigen Schulungslizenzen der Software beschafft, installiert und getestet werden. Zu guter Letzt war auch das Dozententeam zusammenzustellen.



### Einige Daten zum Projekt

Heute beinhaltet der Bildungsplan von V & M nahezu die komplette Microsoft Office Software sowie einige weitere Programme zur Datei- und Grafikbearbeitung. Zu allen Programmen stellt Kreutz & Partner die entsprechenden Dozenten. Der Einsatz und die Schulung von mehr als einem Dutzend verschiedener Programme erfordert natürlich auch, dass Softwarelizenzen gepflegt und permanent neue Releases installiert werden müssen. Ebenso wird die Hardware turnusgemäß erneuert und den zeitgemäßen Begebenheiten angepasst.

Immerhin beschäftigt V & M in Mülheim ca. 1.200 und in Düsseldorf fast 1.500 Mitarbeiter. Die von Kreutz & Partner beauftragten Dozenten leisten mittlerweile mehr als 200 Qualifizierungstage im Jahr, an denen ca. 350 Mitarbeiter ausgebildet werden. Der Bildungsplan ist so ausgerichtet, dass je nach Anforderung ein- bis dreitägige Seminare zu dem jeweiligen Thema durchgeführt werden.



### Das Maß aller Dinge liegt in der Vorbereitung

Das von Kreutz & Partner konzipierte Gesamtpaket war so durchdacht, dass es konzeptionell bis heute nicht verändert wurde. Derzeit werden 99 Prozent aller EDV-gestützten Ausbildungen für V & M durch Kreutz & Partner organisiert und durchgeführt. „Wir erstellen anhand der betrieblichen Anforderungen die Bildungspläne, organisieren die Termine und kontrollieren das Ergebnis – alles andere macht Kreutz & Partner“, sagt Klaus Heiss.

### Kompetenter und zuverlässiger Partner

„Wir können uns auf das Rundum-Sorglos-Paket von Kreutz & Partner verlassen und konzentrieren uns auf das Wesentliche, nämlich unsere Kernaufgaben. Durch die Vergabe, also das Outsourcing der Komponente EDV zu Bildungszwecken, sind wir immer auf dem aktuellen Stand und haben zudem unsere Personal- und Ausbildungskosten im Griff. Der große Vorteil der dauerhaften Bindung an Kreutz & Partner ist die Rundum-Betreuung. Wir setzen auch weiterhin auf die Zusammenarbeit und planen langfristig mit Kreutz & Partner, denn wir sind sehr zufrieden und haben einen zuverlässigen Partner gefunden“, sagt Klaus Heiss abschließend.

Reinhold Brands

# Staplerflottenmanagement

## Höhere Kosteneffizienz durch Analyse und Optimierung

Ein Flurförderzeug (im allgemeinen Sprachgebrauch „Stapler“ genannt) ist für den Anwender eine notwendige, aber teure Begleiterscheinung. Egal ob Palette, Coil, Papierrolle o. ä. – ohne Stapler geht es einfach nicht! Als Staplernutzer erleben Sie es nahezu täglich: Ein Flurförderzeug verschlingt im Laufe seines Einsatzes eine große Menge Ihres sauer verdienten Geldes.

Die Anschaffungskosten bilden hier nur die Spitze des Eisberges. Die Folgekosten machen ein Flurförderzeug erst teuer. Gemeint sind damit Reparatur-, Energie- und Personalkosten, aber auch die Kosten für Stillstandzeiten und geringe Umschlagleistung sind beträchtlich. Die Ursachen für die Ausuferung der Staplerfuhrparkkosten sind sehr vielschichtig und stellen häufig einen schleichenden Prozess dar. Drei klassische Beispiele, die nachfolgend näher betrachtet werden, sind häufig bei größeren Staplerflotten zu beobachten. Bereits hier schlummern Einsparpotenziale über 20 Prozent.

### 1. Besitzstandsdenken

Ein menschliches Phänomen, das Unternehmen viel Geld kosten kann. Es verhindert oft die wirtschaftlich sinnvolle Nutzung der Stapler und den effizienten Einsatz innerhalb von Abteilungen. Daraus folgt, dass oft zu viele Fahrzeuge im Einsatz sind.

### 2. Änderungen der Einsatzbedingungen

Beispielsweise die Veränderung im Transportgewicht. Der Stapler soll künftig Paletten von 2,0 t Gewicht transportieren statt bis dato 1,5 t. Die Resttragkraft des Staplers reicht nicht mehr aus, das Gerät wird intern verschoben. Für die neue Aufgabe wird ein passendes Gerät angeschafft. Die Erfahrung zeigt, dass das verschobene Gerät nun zusätzlich in einem anderen Bereich eingesetzt wird. Die Konfiguration des Gerätes passt in den seltensten Fällen. Die Effizienz und Umschlagleistung sinkt und der Fuhrpark bläht sich kostenmäßig auf.

### 3. Fehlende Kostentransparenz

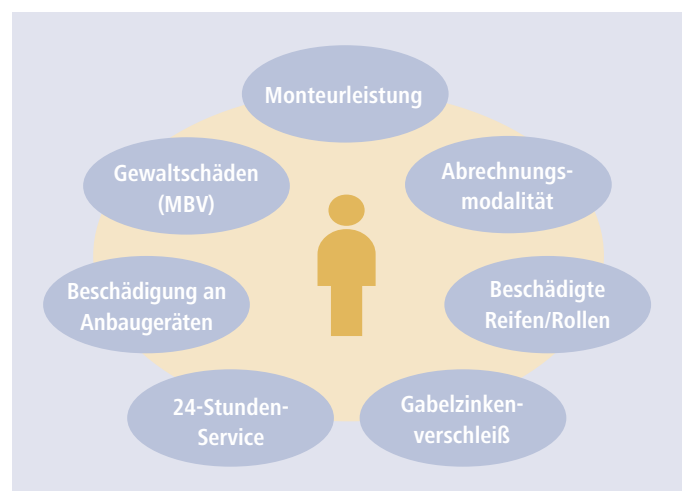
Der Stapler als Kostenträger wird selten einzeln geführt. Oft werden die Kosten allgemein über ein Sammelkonto gebucht. Häufig fehlt eine kostenstellengenaue Abrechnung und es findet selten eine Differenzierung zwischen externen und internen Staplerkosten statt. Somit kann die Unwirtschaftlichkeit von Fahrzeugen nicht erkannt werden. Doch auch bei Einsätzen mit weniger Fahrzeugen können zum Teil erhebliche Kosten eingespart werden. Hier sind zum Beispiel mangelnde Vertragsflexibilität oder ineffiziente Fahrzeugtechnik durch so genannte Traditionskäufe die Hebel zur Kostenreduzierung. Nach dem Motto: „Wir brauchen einen 3,0 t Stapler im Wareneingang, weil das immer so war!“

Ganz anders gestaltet sich die Kostenvermeidung bei dem Bau einer neuen Lagerhalle mit entsprechender Staplerlogistik. Die Staplerlieferanten kommen häufig erst dann ins Spiel, wenn die Hallen-, Lagerflächen- und Warenflussplanungen abgeschlossen sind. Durch frühzeitige Einbindung geeigneter Staplerdienstleister können hier aber vor allem ein optimaler Warenfluss und eine effiziente Lagerflächennutzung erreicht werden.

Über 500 selbstständige Staplerhändler plus ca. 60 Werksniederlassungen wollen in Deutschland ihre Marken und Produkte verkaufen. Da birgt das Thema „Kundenbindung“ aus Sicht eines Händlers eine zentrale Bedeutung. Die Zeiten des reinen Staplervertriebes sind für ihn vorbei. Kompletter Dienstleister, Partner und Problemlöser im Sinne der Anwender – so lautet die heutige Aufgabenstellung eines Staplerhändlers.

Neben Varianten wie Kauf, Leasing oder Miete ist vor allem der Bereich „Fullservice“ das zentrale Thema. Alle meinen zwar mit dem Begriff das Gleiche, jeder Händler definiert jedoch seinen eigenen „Fullservice“. Eine einheitliche Definition gibt es nicht! So verwundert es nicht, dass hier die Weichen für ein partnerschaftliches Miteinander oder für permanenten Ärger gestellt werden.

Folgende Abbildung verdeutlicht, welche Einflussfaktoren häufig für ständige Ärgernisse mit dem Staplerlieferanten sorgen:



Gerade der Punkt Gewaltschäden (MBV) ist häufig ein Hauptstreitfaktor. Es bedarf großer Erfahrung, um die kritischen Punkte für die Praxis herauszufiltern und passende Lösungen zu finden. Die Wahl eines geeigneten Lieferanten mit geeignetem Dienstleistungspaket ist also von elementarer



Bedeutung. Die Frage ist jedoch, was ist geeignet? Erstaunlicherweise wird die Antwort auf diese Frage von Lieferanten oft sehr oberflächlich behandelt. Bei näherer Betrachtung ist diese allerdings wieder verständlich, denn das Ziel besteht darin, Stapler zu verkaufen – so einfach und schnell wie möglich!

Ein guter Verkäufer hat schnell erkannt, wie weit er mit Dienstleistungen aufwarten muss, bis er sein Ziel erreicht. Die Möglichkeiten der wahren Einsparpotenziale bleiben Ihnen jedoch sehr oft verborgen. Die wenigsten Staplerhändler investieren hier viel Zeit und Kreativität, um diese zu erarbeiten. Ihnen mangelt es entweder an Know-how oder an Willen.



Eine Lösung dieser Probleme bietet Ihnen nun die „K & P Fuhrpark-Solutions“. Als Insider der Staplerbranche mit fundiertem Fleetmanagementwissen kennen wir die Hebel zur Kostenreduzierung genau.

In Ihrem Sinne werden in vier Phasen, von der Ist-Analyse bis zur Ergebnisreflexion, alle Strukturen analysiert und optimiert. Die Phasen werden dabei individuell nach Ihren Gegebenheiten entwickelt.

#### **Worin besteht für Sie der Nutzen?**

- Wir analysieren und beurteilen Ihre aktuelle Situation objektiv! Wir müssen keine Stapler verkaufen oder uns den Restriktionen einer Markenverbundenheit unterwerfen.
- Sie werden nachhaltig Kosten einsparen. Je nach Struktur sind Einsparungen von über 30 Prozent realistisch.
- Sie erhalten eine professionelle und individuelle Fuhrparklösung aus der Praxis für die Praxis.

Im Übrigen: Eine Investition in unsere Beratung rentiert sich für Sie bereits in wenigen Monaten!

Wir freuen uns auf Sie!

Markus Derenbach

## **Differenzierte Vertriebssteuerung**

### **Wirkungsvolle Ergänzung durch Incentive-Systeme**

Oft sind die Bezahlssysteme zu unflexibel, um den Vertrieb dazu zu bringen, alle Potenziale auszuschöpfen. Hier können Incentive-Systeme eine wirkungsvolle Ergänzung sein.

Incentives greifen immer dort, wo z. B. eine Zielübererfüllung nicht mehr honoriert wird, die flexible Bezahlung ausgereizt ist, die monetäre oder emotionale Anerkennung fehlt und keine sonstigen Anreize für Mehrleistung existieren. Auch die Notwendigkeit von Verhaltensänderungen, z. B. in der Vertriebsadministration oder im Kundendienst, können mit Unterstützung von Incentives schneller und nachhaltiger umgesetzt werden.

Insbesondere in Flächenorganisationen können anspruchsvolle Zielvorgaben nur dann zum gewünschten Erfolg führen, wenn es gelingt, auch die Masse der Verkäufer für die Idee und die Ziele zu begeistern. Allein Spitzenleistungen der immer Guten und Motivierten führen nicht zum gewünschten Gesamtergebnis, wenn für die meisten der Verkäufer „die Wurst zu hoch hängt“.

Für beide Gruppen müssen unterschiedliche Anreize geschaffen werden:

#### • **Monetäre und geldwerte Vorteile für die Masse**

Massenanreize werden durch die Chance für viele geschaffen, über mehrere Aktionen hinweg ein Guthaben anzusammeln. Die Verkäufer können sich damit aus einem Prämienkatalog eine Sach- oder Erlebnisprämie aussuchen, die einen geldwerten Vorteil liefert, den man sonst nicht bekommen hätte.

#### • **Einmalige und nicht käufliche Events mit hoher Anerkennung für die Topleute**

Die Leistungsträger können über ihr gutes Einkommen hinaus immer dann zu weiterer Leistungssteigerung motiviert werden, wenn sie Anerkennung und einzigartige Anreize erhalten, die sie sich nicht kaufen können.

Incentive-Systeme sollten in Unternehmen als strategisches Vertriebssteuerungsinstrument etabliert werden. Einmalige Aktionen nach dem Motto „Rettet das Quartal“ werden nicht als Motivation im Sinne von Anerkennung begriffen und sind in der Regel zu teuer. Dabei lassen sich Incentives so gestalten, dass sie nur dann Geld kosten, wenn das gewünschte Ziel erreicht wird.

Wie ein solches Incentive-System in Ihrem Unternehmen aussehen könnte, stellen wir Ihnen gerne vor. Kreutz & Partner übernimmt außerdem gerne die Implementierung in Ihrem Haus oder auch den Betrieb und die Abwicklung eines solchen Systems.

Hans-Rainer Schuh

# Projektmanagement

## Projekterfolg ist kein Zufall!

Immer wieder stellen wir bei unseren Kunden fest, dass trotz hoch qualifizierter Mitarbeiter und einer fachlichen Kompetenz Projekte aus dem Ruder laufen. Egal, ob Projektmanagement als Kernkompetenz verstanden wird oder als notwendige Managementmethode – inhaltlich ein Projekt zu managen und zu treiben steht häufig im Fokus von Projektleitern. Für Zeitpläne und intensives Nachhalten bleibt dabei wenig Zeit, diese Arbeiten werden von den Beteiligten meist als „lästig“ empfunden.

### Wie wird ein Projekt eigentlich erfolgreich?

- Durch konsequentes und vorausschauendes Controlling
- Durch das Verstehen der Zusammenhänge und Abhängigkeiten
- Durch Tiefenbohrung und Detailkenntnis im Projektplan
- Durch rechtzeitiges Aufzeigen von Risiken und entsprechendes Gegensteuern
- Durch ehrliche Risikoeinschätzung (Können das Ihre Mitarbeiter, die mit Herzblut inhaltlich involviert sind und in sozialen Gefügen stecken?)

Seit über 20 Jahren unterstützen wir unsere Kunden im Bereich Projektmanagement. Dabei konzentrieren wir uns im Besonderen auf Projektcontrolling und Risikomanagement. Der Vorteil für unsere Kunden besteht darin, sehr schnell und ohne Reibungsverluste in bestehende

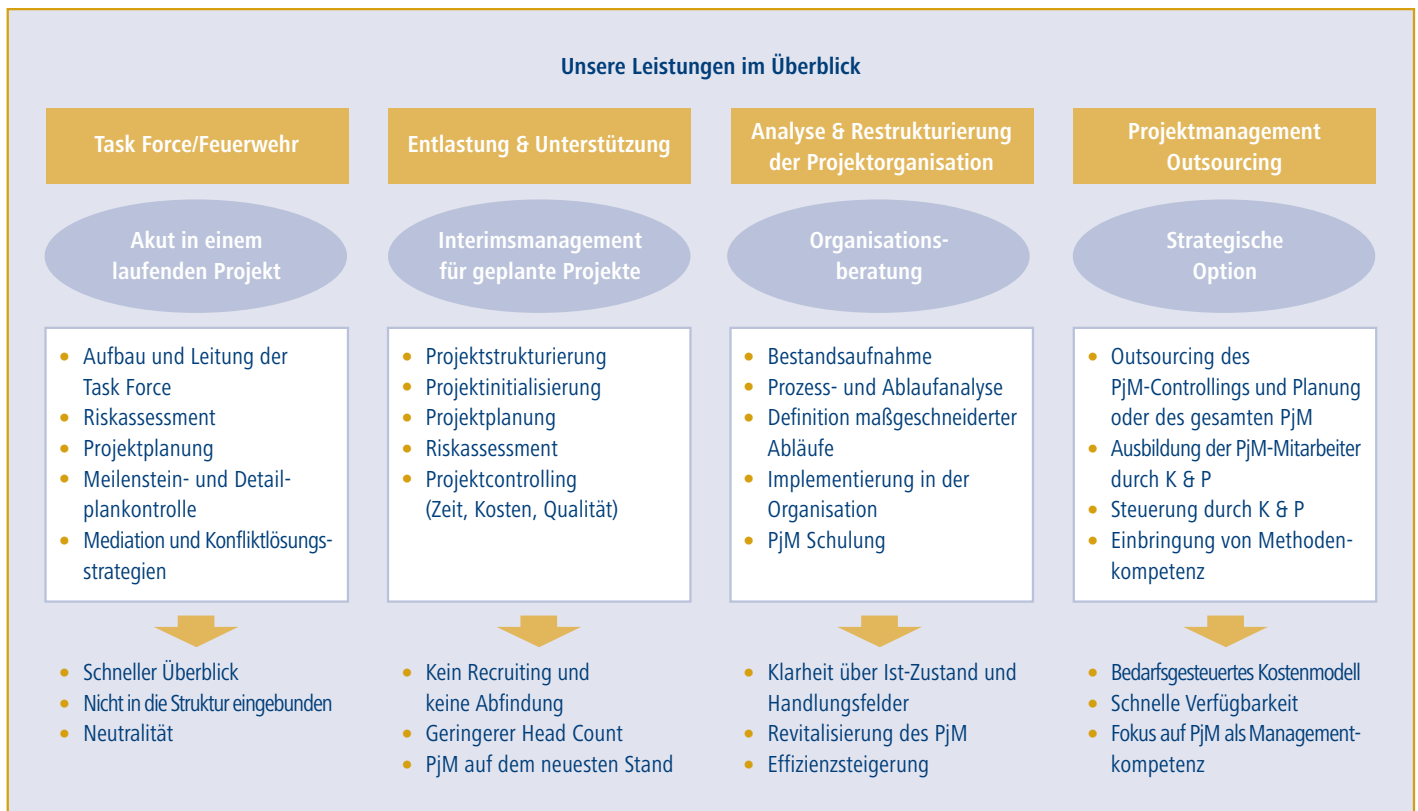
Projekte, Strukturen und Organisationen einzusteigen und kurzfristig greifbare Ergebnisse zu erzielen. Dabei wird die bestehende Organisation stets am Laufen gehalten. Durch unsere unabhängige und unbelastete Position ist es uns möglich, die jeweils vorliegende Situation objektiv zu bewerten. Wir stellen die Projektziele und -abläufe über persönliche Interessen. Als neutraler Partner fällt uns dies viel leichter als Personen, die in die Organisation eingebunden sind.

Für uns ist Projektcontrolling ein Fulltimejob. Damit steigern wir die Effizienz und Transparenz in den betrauten Projekten. Dies heißt: höhere Planungssicherheit und Beherrschbarkeit der Risiken. So entlasten wir Ihre Mitarbeiter und Ihre Organisation von „unbeliebten“ Aufgaben des Projektcontrollings und Risikomanagements. Das setzt Kapazitäten für andere wertschöpfende Tätigkeiten frei.

Als strategische Option kann das Auslagern des Projektcontrollings in Betracht kommen. Mitarbeiter werden dann über K & P angestellt, ausgebildet und geführt. Dies stellt neben der erforderlichen Neutralität auch eine stetige Weiterentwicklung des Methoden- und Fachwissens sicher. So können neben monetären Zielsetzungen (Verkürzung von Projektlaufzeiten, Vermeiden von Verzugsstrafen, Ausschluss von „teuren“ Risiken etc.) auch strukturelle und organisatorische Effekte verbucht werden, wie die steigende Verbindlichkeit und Transparenz in Projekten oder Nutzung neu gewonnener Freiräume für fachliche und inhaltliche Arbeiten.

Uli Doberer

Manuel Kreutz



## Rollout

### 60.000 PCs in Banken installieren

Von Kiel bis Fulda, von Trier bis Frankfurt/Oder – die Volks- und Raiffeisenbanken von West-, Nord- und Ostdeutschland wurden von Ende 2005 bis 2007 mit neuer Hard- und Software ausgestattet.

**Die Fakten:** Bei 500 Banken mit 6.000 Standorten waren ca. 60.000 Clients und ca. 6.600 Server zu installieren.

**Verfügbarer Zeitraum:** 18 Monate. Verantwortlich für die Unterstützung der Banken bei diesem Rollout war die Ratiodata GmbH, Münster, eine Tochtergesellschaft der GAD eG, Münster.

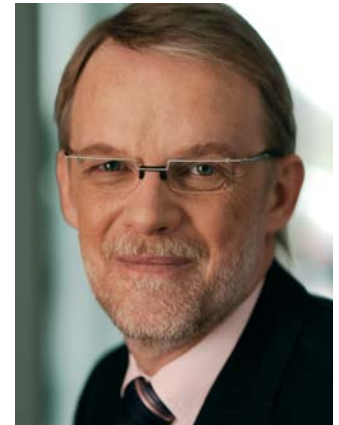
Anfang 2005 begannen die Verhandlungen mit den Verantwortlichen der Ratiodata GmbH. Die besonderen Herausforderungen eines solchen Projekts liegen auf der Hand: In einer vernetzten Bankenorganisation darf eine EDV-Umstellung den Bankenbetrieb nicht im Geringsten stören.

#### Das bedingt:

- eine perfekte Organisation und Logistik,
- absolut zuverlässiges und gut ausgebildetes Personal,
- ein qualifiziertes und flexibles Miteinander im Tagesgeschäft,
- höchste Verfügbarkeit sowie
- kurze Reaktionszeiten.

Aufgrund langjähriger Zusammenarbeit der Ratiodata und Kreutz & Partner, inklusive eines gemeinsamen Rollouts um die Jahrtausendwende, erhielten wir Ende 2005 den Auftrag, dieses Rollout gemeinsam mit der Ratiodata durchzuführen.

Die hervorragende Vorbereitung durch die Ratiodata und die GAD sowie die enge Kommunikation mit uns führten dazu, dass die Zusammenarbeit von Beginn an reibungslos lief. Auftretende Überraschungen oder Schwierigkeiten wurden schnell und unbürokratisch angepackt und gelöst. Schon in den ersten Projektleitungsgesprächen stellten wir fest, dass die Installationen sauber laufen, die Banken zufrieden sind, das Projekt insgesamt gut läuft. Seit Mitte 2007 arbeiten alle Banken mit der neuen Hard- und Software. Das Projekt ist abgeschlossen. Schade eigentlich.



▼ Günter Juhr, Geschäftsführer der Ratiodata GmbH: „Dieses Projekt war eine große Herausforderung für alle Beteiligten. Ich beglückwünsche alle für die qualifizierte Zusammenarbeit und Projektabwicklung.“

Helmut Kreutz

### Wie finde ich für mein Unternehmen die richtige Erfolgsstrategie?

#### Einladung zu unserem kostenfreien Vortrag

Nach der großen Resonanz unseres Vortrags in Köln im vergangenen Herbst zu diesem Thema möchten wir nun auch unseren süddeutschen Lesern die kostenfreie Teilnahme anbieten.

#### Zielgruppe:

Unternehmer, Geschäftsführer und Führungskräfte, die ihre unternehmerische Zukunft nicht dem Zufall überlassen und stattdessen konkrete Erfolgsfaktoren für die Zukunft definieren und umsetzen wollen.

**Datum:** 08. Mai 2008, 17.30 Uhr - 19.30 Uhr  
**Anschließend Imbiss und Diskussion**

**Ort:** Kreutz & Partner GmbH  
Monreposstr. 57, 71634 Ludwigsburg

Bitte melden Sie sich bis spätestens **15. April 2008** bei Claudia Lingnau an, entweder telefonisch unter 0221-500 60 640 oder per E-Mail an c.lingnau@kreutz-partner.de. Wir freuen uns auf Sie!

#### Themen und Inhalte:

- Die Bedeutung einer Unternehmensstrategie
- Interne Ziele einer Strategieentwicklung
- Externe Ziele einer Strategieentwicklung
- Die Schritte einer Strategieentwicklung:
  - Unternehmensbestandsaufnahme (Stärken-/Schwächen-Analyse)
  - Unternehmensleitbild
  - Entwicklungen und Trends (Chancen und Risiken im Markt)
  - Synergie interner und externer Einflussfaktoren
  - Formulierung von Strategiegrundsätzen und Zielen
- Methoden zur Findung der eigenen individuellen Strategie
  - Checklisten und Hilfsmittel
- Die Umsetzung der Strategie im Unternehmen und im Markt
  - Organisatorische Umsetzung
  - Führungs- und Zielsetzungssysteme
  - Vertriebs- und Marketingziele
  - Aktivitätenplanung
  - Steuerungs-, Kontroll- und Berichtssysteme

**Erfahren Sie Neues. Reden Sie mit. Nehmen Sie teil!**

### **Wie Personalverantwortliche in einer Region voneinander lernen und profitieren können**

#### **Einladung zu unserem kostenfreien Vortrag „Erfolgreiche Personalarbeit im Netzwerk“**

- Erfahrungsbericht des Regionalen Jobverbundes (RJV) – dem erfolgreichen Personalnetzwerk aus dem Großraum Siegen
- Erfahrungsaustausch mit Mitgliedern des Regionalen Jobverbundes
- Umsetzung in den Regionen Köln, Bergisches Land, Rhein-Erf...

#### **Zielgruppe:**

Unternehmer, Geschäftsführer und Personalverantwortliche

**Datum:** 10. April 2008, 17.00 Uhr - 19.00 Uhr  
**Anschließend Imbiss und Diskussion**

**Ort:** Kreutz & Partner GmbH  
Hohenzollernring 25, 50672 Köln

Bitte melden Sie sich bis spätestens **20. März 2008** bei Claudia Lingnau an, entweder telefonisch unter 0221-500 60 640 oder per E-Mail an [c.lingnau@kreutz-partner.de](mailto:c.lingnau@kreutz-partner.de).

Ein Termin, den Sie sich nicht entgehen lassen sollten.

### **Regionale Synergien nutzen – der Regionale Jobverbund zeigt, wie es gehen kann**

Die Erfolgsgeschichte des Regionalen Jobverbundes (RJV) begann im Jahr 2003. Gegründet wurde der RJV ursprünglich von zehn Unternehmen durch die Initiative der Kreutz Personalberatung & Services GmbH. Mit mittlerweile über 30 Mitgliedern bündelt der RJV wertvolle Erfahrungen im Bereich des Personalmanagements und bietet den Mitgliedern so vielfältige Möglichkeiten, die tägliche Personalarbeit zu optimieren:



- ▶ **Internetstellenbörse für qualifiziertes Personal aus der Region**
- ▶ **Moderiertes Netzwerk für Fachfragen rund um die Personalarbeit**
- ▶ **Chance, die Bekanntheit des Unternehmens nachhaltig zu steigern**

Neben der Onlinestellenbörse unter [www.regionaler-jobverbund.de](http://www.regionaler-jobverbund.de) bietet der RJV seinen Mitgliedern regelmäßige Informations- und Austauschmöglichkeiten, z. B. Veranstaltungen zu diesen und weiteren Themen: Personal, Einkauf, Outsourcing, Qualitätsmanagement, Unternehmensnachfolge. Besonders attraktiv macht das Netzwerk für die Mitglieder der unkomplizierte und offene Umgang miteinander. Heidemarie Langenbach, Personalleiterin des Mitgliedunternehmens Hans Georg Brühl GmbH, betont: „Durch den ungezwungenen Umgang und regelmäßigen Austausch gelingt es immer wieder, Anregungen für die alltägliche Arbeit zu bekommen.“

## Neue Kollegen



**Markus Derenbach**  
Diplom-Kaufmann (FH)  
Jahrgang 1968

#### **Tätigkeitsschwerpunkte:**

- Intralogistikanalyse und Optimierung
- Entwicklung Fullservice- und Rentalkonzepte
- Evaluation von Kundenbindungsinstrumenten

**Andreas Konrath**  
Personalberater  
Jahrgang 1981

#### **Tätigkeitsschwerpunkte:**

- Netzwerkmanager des Regionalen Jobverbundes
- Personalmanagement
- Personalberatung

## RJV startet ins Jahr 2008

### **Neujahrsempfang des Regionalen Jobverbundes**

Am 23. Januar fand bereits zum fünften Mal der Neujahrsempfang des Regionalen Jobverbundes statt. Besonders erfreulich ist es, dass der Kreis der Teilnehmer von Jahr zu Jahr größer wird. So fanden sich in diesem Jahr über 30 Personen im Restaurant Morgenröthe in Siegen-Eiserfeld ein und kamen – neben kulinarischen Köstlichkeiten – in den Genuss des Musicalensembles „Limited Edition“. Neben dem sehr schönen Rahmenprogramm blieb genügend Zeit für entspannte und informelle Gespräche. Alles in allem ein rundum gelungener Abend und somit ein toller Start ins Jahr 2008.

#### **Impressum**

Letter of Success ist ein Informationsdienst der Unternehmensberatung Kreutz & Partner GmbH

Kölner Strasse 190  
D-57290 Neunkirchen  
Telefon +49 (0) 2735-7737-0  
Telefax +49 (0) 2735-7737-20

Monreposstrasse 57  
D-71634 Ludwigsburg  
Telefon +49 (0) 7141-38802-0  
Telefax +49 (0) 7141-38802-20

Hohenzollernring 25  
D-50672 Köln  
Telefon +49 (0) 221-5006064-0  
Telefax +49 (0) 221-5006064-20

[info@kreutz-partner.de](mailto:info@kreutz-partner.de)  
[www.kreutz-partner.de](http://www.kreutz-partner.de)