

Globale Industrialisierung



Univ.-Prof. Dr. Dr. h.c. mult.
Horst Wildemann
TCW GmbH & Co. KG

Erfahrungen

Die Erschließung neuer Märkte geht mit einer Neuverteilung von Service- Vertriebs-, Produktions- und Entwicklungsstandorten in attraktiven Wachstums- und Kostenmärkten einher. Unternehmen stehen vor der Herausforderung nah am Kunden, aktuelle und zukünftige Bedürfnisse zu erfahren, in Produktlösungen umzusetzen und gleichzeitig Skalen-, Synergie- und Niedriglohneffekte zu nutzen. Dabei gilt es auch für den Standort Deutschland eine sinnvolle, wettbewerbsorientierte Lösung zu finden. Es zeigt sich, dass eine wettbewerbsfähige Kostenposition nicht ausreicht. Vielmehr sind Eigenschaften wie Managementqualifikation, Kundenorientierung bei Produkten und Service, Lieferfähigkeit in der Supply Chain, Innovationsfähigkeit und vor allem die Motivation der Mitarbeiter wieder ins Bewusstsein zu rufen.

Nutzen Sie das Angebot unserer wöchentlich erscheinenden Online-News. Anmeldung unter www.tcw.de

Wie bleibt der Standort Deutschland Wettbewerbsfähig?

In Deutschland boomt die Wirtschaft, prall gefüllt sind die Auftragsbücher und die Zahl der Menschen in Lohn und Brot steigt wieder an. Die blitzschnelle Erholung hat jedermann überrascht und alle Kritiker des Standortes, von denen es nicht wenige gab, müssen vorschnelle Urteile revidieren: Die Bundesrepublik ist die Nummer eins in Europa. Deutsche Industrieunternehmen haben die Krise bereits verdaut. Sie geben Vollgas voraus und lassen die europäische Konkurrenz fast schon sprachlos fragen, wie so etwas überhaupt möglich ist. Die Grundlage für das profitable Wachstum ist eine gemeinsame Strategie von Unternehmen, Arbeitnehmern und Staat.

Zudem wurden Leistungsangebote neu positioniert und Flexibilitäten erhöht. Dadurch befriedigen deutsche Unternehmer die Bedürfnisse ihrer Kunden weltweit zielgerichteter und schneller als ihre Konkurrenten. Es hat sich gezeigt, dass wir in vielen Bereichen, trotz relativ hoher Preise der Produkte, gegenüber der globalen Konkurrenz die strategische Kostenführerschaft behaupten oder sogar neu gewinnen. Erforderlich dafür ist eine „Globale Industrialisierung“. Um diesen Ansatz konkret in die Praxis umsetzen, gilt es, einige grundsätzliche Fragen zu thematisieren:

In welchen Ländern, mit welchen Produkten und welcher Organisation sollte mit besonderer Priorität investiert werden?

Welche Konzepte und Methoden ermöglichen die nachhaltige Erschließung von zukünftigen Marktpotenzialen?

Welche Effekte sind mit der Globalen Industrialisierung verbunden?

Wie kann der Standort Deutschland gefestigt werden?

Wie ist die Umsetzung konkret zu gestalten?

Globale Industrialisierung



Horst Wildemann (Hrsg.)
MMK Tagungsband
Globale Industrialisierung
München 2011
ISBN 978-3-941967-19-9
EUR 179,- zzgl. Versandkosten

Der Tagungsband umfasst die Beiträge des Münchner Management Kolloquiums. Referenten aus internationalen Unternehmen von Großkonzernen, Mittelstandsunternehmen und Wissenschaftler geben Auskunft über die Erfolgsfaktoren für eine globale Industrialisierung und zeigen Möglichkeiten auf, wie der Standort Deutschland nachhaltig wettbewerbsfähig gehalten werden kann. Zudem zeigen aktuelle Forschungsergebnisse wie Best-Practice-Beispiele und Benchmarks aus unterschiedlichen Industrie- und Dienstleistungsbereichen konkrete Wege auf, die Herausforderungen zu meistern und die resultierende Chancen der Globalen Industrialisierung nutzen zu können.

Literatur zum Thema

Professionelle Krisenbewältigung



Wildemann, Horst (Hrsg.)
MMK Tagungsband
Professionelle Krisenbewältigung
München 2010
ISBN 978-3-941967-06-9
EUR 179,-
zzgl. Versandkosten

Jede Wirtschaftskrise birgt per Definition große Gefahren, ist allerdings gleichzeitig auch Kristallisationspunkt zur Ergreifung und Umsetzung von Chancen des wirtschaftlichen Wachstums. Damit ein Unternehmen adäquat reagieren kann, ist es von besonderer Bedeutung, die Ursachen von Krisen zu verstehen. Hierbei gilt es sowohl die externen als auch internen Auslöser zu identifizieren. Daraus lassen sich geeignete Stellhebel identifizieren die krisenspezifisch und unternehmensindividuell angewendet werden können. Die Stellhebel erlauben es, die Herausforderungen einer Krise effektiv und effizient zu meistern und die sich daraus ergebenden Chancen zu nutzen. Den Herausforderungen ist sowohl mit kurzfristigen als auch mit langfristigen konzeptionellen Strategieantworten zu begegnen.

Der Unternehmer im Unternehmen



Wildemann, Horst (Hrsg.)
MMK Tagungsband
Der Unternehmer im Unternehmen
München 2009
ISBN 978-3-937236-88-9
EUR 179,-
zzgl. Versandkosten

Nach vielen Boomjahren verschlechtert sich die Konjunkturlage aktuell weltweit drastisch und die kommenden Herausforderungen sind nicht zu unterschätzen. Die Globalisierung der Geschäftstätigkeiten, verbunden mit einer Dezentralisierung der Unternehmensorganisationen, stellt auch in Zeiten eines sich deutlich abkühlenden Geschäftsklimas eine treibende Kraft für Unternehmen dar. Unternehmerisches Handeln ist dabei eine Grundvoraussetzung für den Unternehmenserfolg. Dieses sinnvoll zu organisieren, ohne einen Kontroll- und Effizienzverlust zu erleiden, ist Aufgabe einer wertebewussten Unternehmensführung.

Lean und gesund



Wildemann, Horst (Hrsg.)
MMK Tagungsband
Lean und gesund
München 2008
ISBN 978-3-937236-80-3
EUR 179,-
zzgl. Versandkosten

Über zwei Jahrzehnte dominierte das Postulat unternehmerischen Wachstums die Diskussion in Wissenschaft und Praxis. Erst in diesem Jahrzehnt wuchs die Einsicht, dass dieses Wachstum ohne Profitabilität nicht gesund ist. In Zeiten gesamtwirtschaftlicher Stagnation konzentrierten sich die Unternehmen auf Cost Cutting, Reduktion der Produktkomplexität und schlanke Produktionsstrukturen. Doch der neuerliche Aufschwung zeigt, dass es ein optimales Schlankeitsniveau zu identifizieren ist, um die Zukunftspotenziale des Unternehmens nicht zu begrenzen. Grundlegend ist daher die Einsicht, dass es für Unternehmen nicht ausreicht, lean zu sein, also über äußerst schlanke und effiziente Prozesse zu verfügen, sondern auch gesund aufgestellt zu sein, um Zukunftspotenziale aufzubauen und Märkte nachhaltig und effektiv bedienen zu können.

Wertsteigerung durch Wertschöpfung



Wildemann, Horst (Hrsg.)
MMK Tagungsband
Wertsteigerung durch Wertschöpfung
München 2007
ISBN 978-3-937236-69-8
EUR 179,-
zzgl. Versandkosten

Die kontinuierliche Steigerung des Unternehmenswertes ist in den vergangenen Jahren zum Leitgedanken der Unternehmensführung geworden. Eine hohe Unternehmensbewertung erlaubt es Unternehmen, die Chancen globaler Kapitalmärkte zu nutzen, eine eigenständige Wachstumsstrategie zu verfolgen und damit alle Stakeholder angemessen am Erfolg zu beteiligen. Eine Reduzierung des eigenen Kapitalbedarfs sowie der eigenen Wertschöpfungstiefe und das Verfolgen externer Wachstumsstrategien erwiesen sich zunächst als erfolgreiches Wertsteigerungskonzept. Dass dies häufig auf Kosten der eigenen Kompetenzen und der Prozessbeherrschung erfolgte, tritt allmählich ins Bewusstsein. Daher lohnt es, eine neue Balance von eigener Wertschöpfung und Wertsteigerung zu definieren.

Welche Innovationen schaffen Arbeitsplätze?



Wildemann, Horst (Hrsg.)
MMK Tagungsband
Welche Innovationen schaffen Arbeitsplätze? Wo?
München 2006
ISBN 978-3-937236-41-4
EUR 179,-
zzgl. Versandkosten

Innovation ist zum Schlagwort bei der Diskussion um Reformen in diesem Land geworden: "Innovationsoffensiven", "Innovationsbündnisse" und "innovative Konzepte" künden davon, dass sich mit diesem Begriff alle notwendigen und teilweise schmerzlichen Veränderungen und Reformen positiv umschreiben lassen. Innovationen gelten als "Königsweg" zur Schaffung neuer Arbeitsplätze in Deutschland.



Transfer-Centrum GmbH & Co. KG
für Produktions-Logistik und
Technologie-Management

Leopoldstraße 145
80804 München
T +49.89.360523-0
F +49.89.361023-20
mail@tcw.de

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Ex. Globale Industrialisierung
ISBN 978-3-941967-19-9 • EUR 179,- | <input type="checkbox"/> Ex. Lean und gesund
ISBN 978-3-937236-80-3 • EUR 179,- |
| <input type="checkbox"/> Ex. Professionelle Krisenbewältigung
ISBN 978-3-941967-06-9 • EUR 179,- | <input type="checkbox"/> Ex. Wertsteigerung durch Wertschöpfung
ISBN 978-3-937236-69-8 • EUR 179,- |
| <input type="checkbox"/> Ex. Der Unternehmer im Unternehmen
ISBN 978-3-937236-88-9 • EUR 179,- | <input type="checkbox"/> Ex. Welche Innovationen schaffen Arbeitsplätze?
ISBN 978-3-937236-41-4 • EUR 179,- |

Name/Vorname _____

Abteilung/ Funktion _____ Firma _____

Straße/ Postfach _____

PLZ _____ Ort _____

Telefon _____ Telefax _____

Sternpel/ Unterschrift _____ Datum _____ Alle Preise zzgl. Versandkosten