Auf der Basis der bestehenden Kern-kompetenzen neue Geschäftsideen suchen!

Aufbruch in neue Wachstumsfelder

- Die Konzentration auf die eigenen Kernkompetenzen haben die Unternehmen im Wettbewerb nachhaltig gestärkt. Sie waren die bisherige Quelle des erarbeiteten Wettbewerbsvorteils und leisteten einen signifikanten Beitrag zum Kundennutzen.
- Die anhaltende Wirtschaftskrise stellt jetzt die Unternehmen vor eine neue Herausforderung
  - **Angestammte Geschäftsfelder brechen weg**
  - **Wertvoller Umsatz geht verloren**
  - **Vorhandenes Wissen wird entwertet**
  - **Systemimmanente Strukturen werden in Frage gestellt**
- Der extreme Nachfrageeinbruch stellt die Zukunft der betroffenen Unternehmen, insbesondere in der Automobil- und –zulieferindustrie, zunehmend in Frage.
- Die vorherrschende Krise zwingt die Unternehmen, neue Wachstumsfelder außerhalb ihres heutigen angestammten Geschäftes zu suchen.

Wir brauchen einen Aufbruch in neue Wachstumsfelder

Zielsetzung, Aufgabenstellung und Vorgehensweise

- **Zielsetzung** ist es, auf der Basis der bestehenden Kernkompetenzen neue Geschäftsideen zu suchen, welche ein nennenswertes Geschäft mit einem nachhaltigen Gewinn in den nächsten Jahren ermöglichen.

- **Aufgabenstellung** ist es, auf der Basis der bestehenden Kernkompetenzen, gemeinsam mit den wesentlichen Wissens- und Entscheidsungträgern der Unternehmen neue Wachstumschancen zu erarbeiten.

- **Vorgehensweise** auf Basis unserer Erfahrung:

  1. Gliedern und Aufnehmen
  2. Beschreiben und Übersetzen
  3. Suchen und Ausarbeiten
  4. Filtern und Bewerten

Gliedern und Aufnehmen

Gliedern

Heutige Kompetenzen

- Produkt / Technologie
- Herstellung / Verfahren
- Funktion / Nutzen
- Anwendung / Integration
- Geschäftssystem / Markt
- Qualifikation / Ressource

Einzel-gespräche mit den Wissens-trägern

Aufnehmen

- Aufnehmen der Kompetenzen im Produkt und in der spezifischen Technologie
- Aufnehmen der Kompetenzen im Herstellprozess und im spezifischen Produktionsverfahren
- Aufnehmen der Kompetenzen in der Funktionsrealisierung und der Nutzengenerierung
- Aufnehmen der Kompetenzen in der spezifischen Anwendung und der realisierten Integrationstiefe
- Aufnehmen der Kompetenzen im Geschäftssystem und der versorgten Märkte
- Aufnehmen der Kompetenzen in spezifischen Qualifikationen und vorhandenen Ressourcen

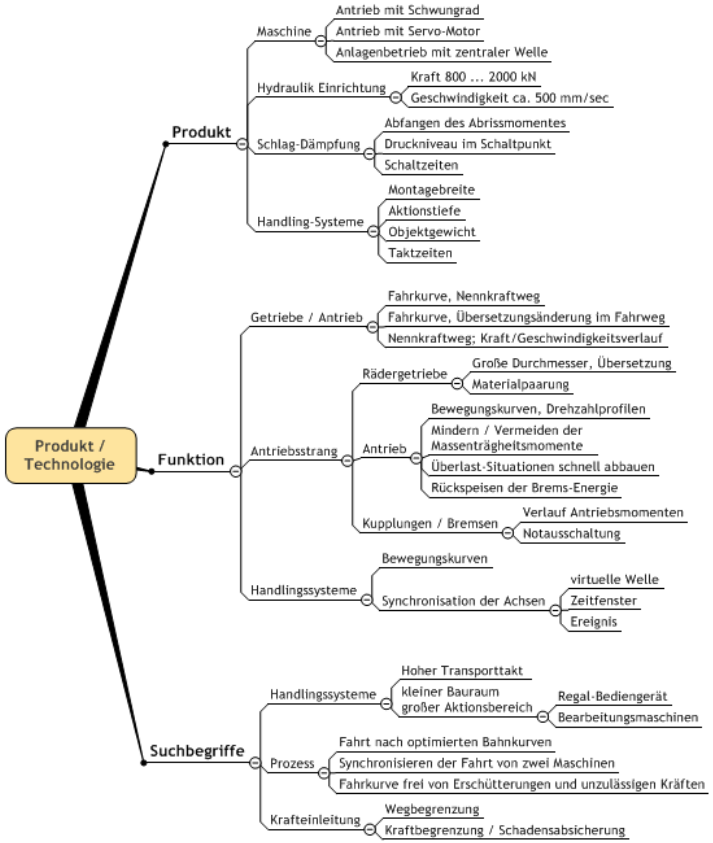
Beschreiben und Übersetzen

Beschreiben

Produkt / Technologie	▪ Beschreiben der Kompetenzen im Produkt und in der spezifischen Technologie
Herstellung / Verfahren	▪ Beschreiben der Kompetenzen im Herstellprozess und im spezifischen Produktionsverfahren
Funktion / Nutzen	▪ Beschreiben der Kompetenzen in der Funktionsrealisierung und der Nutzengenerierung
Anwendung / Integration	▪ Beschreiben der Kompetenzen in der spezifischen Anwendung und der realisierten Integrationstiefe
Geschäfts-system / Markt	▪ Beschreiben der Kompetenzen im Geschäftssystem und der versorgten Märkte
Qualifikation / Ressource	▪ Beschreiben der Kompetenzen in spezifischen Qualifikationen und vorhandenen Ressourcen

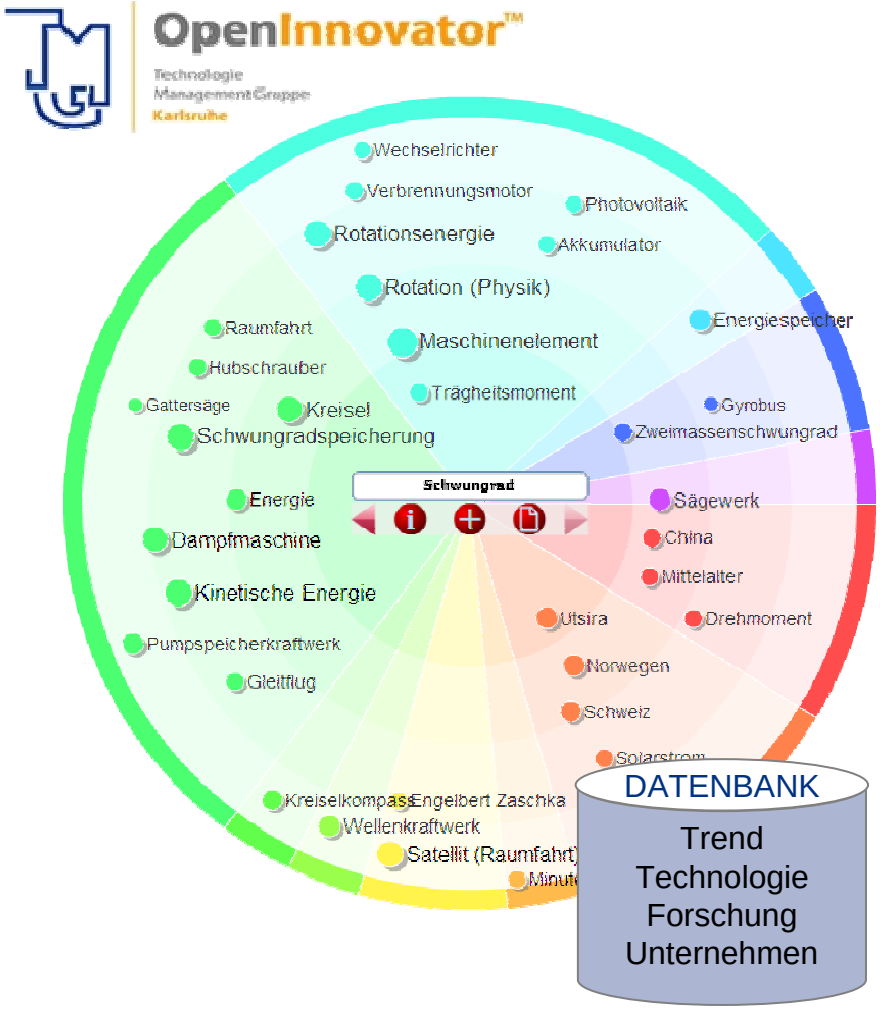
In suchbare Schlagworte übersetzen

Übersetzen



Suchen und Ausarbeiten

Suchen

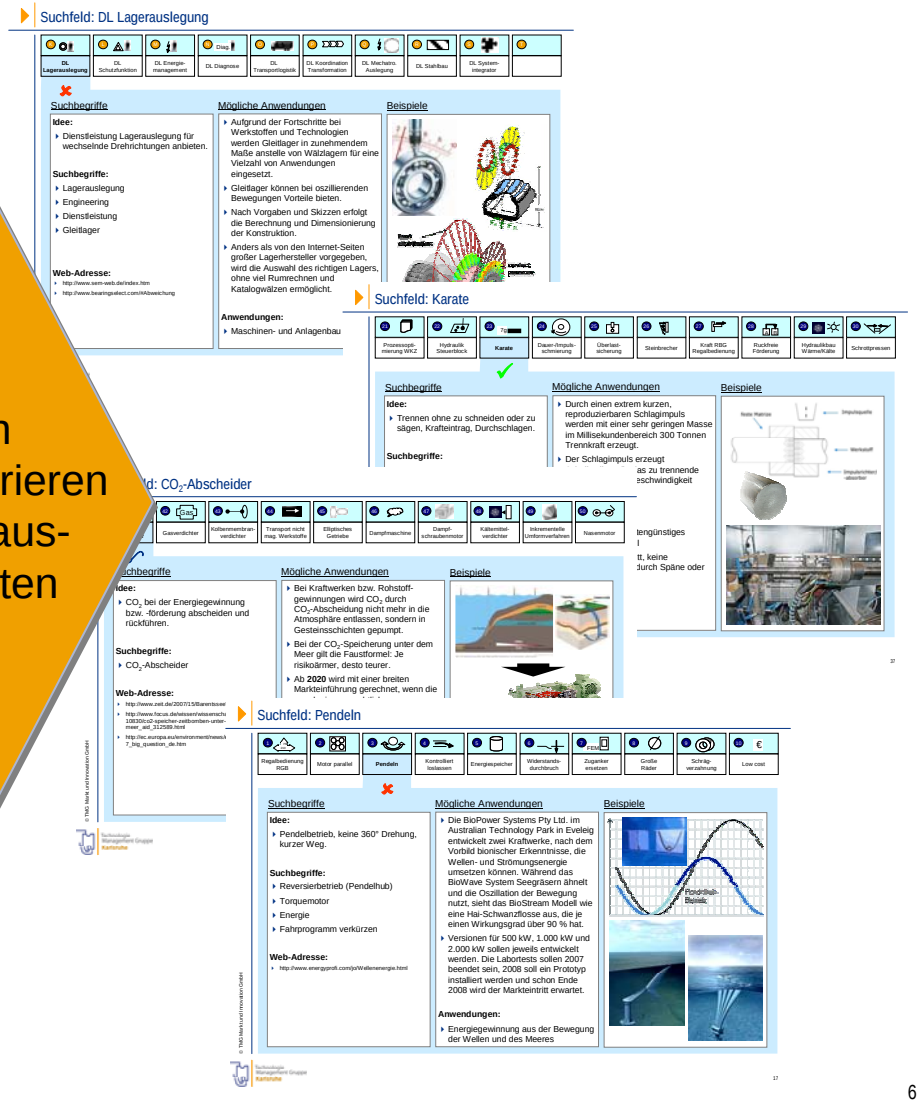


DATENBANK

Trend
Technologie
Forschung
Unternehmen

Ideen generieren und aus-arbeiten

Ausarbeiten



Filtern und Bewerten

Filtern

✗ **Ideen, welche nicht weiterverfolgt werden**

✓ **Ideen, welche weiterverfolgt werden**

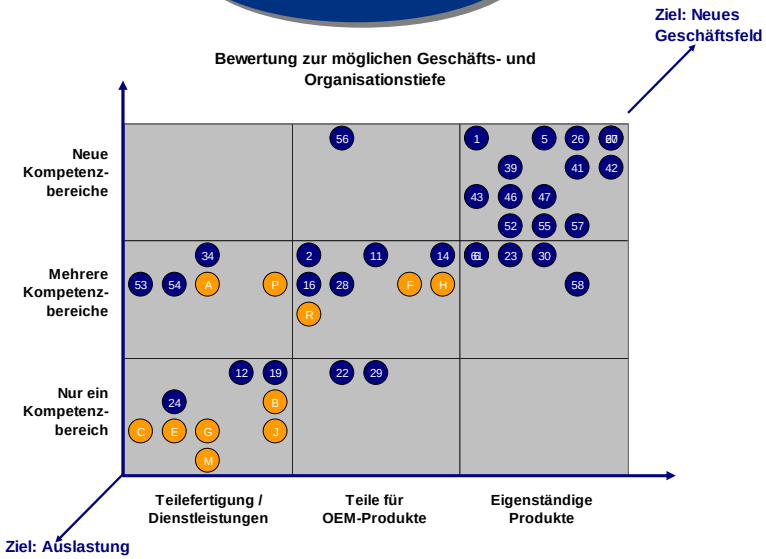
- Cluster A
- Cluster B
- Cluster C
- Cluster D
- Cluster E

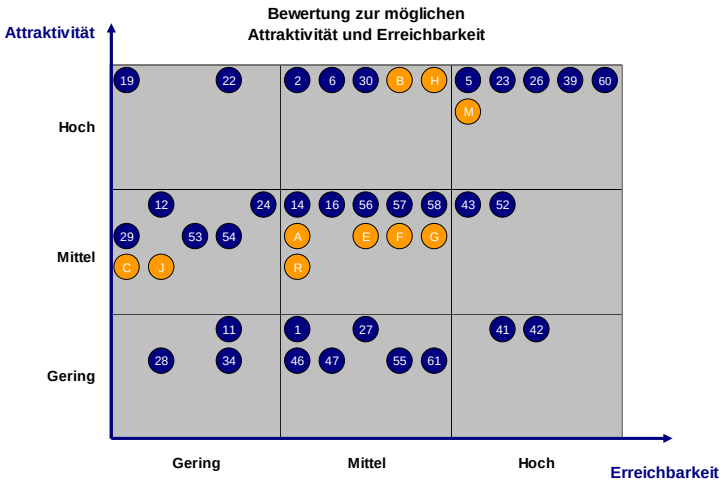
Bewertung

Geschäfts- und Organisationstiefe

Attraktivität und Erreichbarkeit

Bewerten





Agenda zur anschließenden Geschäftsfeldplanung

Markt

- Wie groß ist der Markt für die neue Geschäftsidee insgesamt und in welchem Ausmaß wächst er?
- Welches Marktsegment bildet das Zielsegment und warum ist gerade dieses Segment für die Geschäftsidee so interessant?

Wettbewerb

- Wer sind die wichtigsten Wettbewerber am Markt, welche Stellung haben sie und wo liegen ihre Stärken und Schwächen?
- Wie hoch sind die Markteintrittsbarrieren durch das neu geschaffene Geschäftsfeld und wie werden die Wettbewerber auf das neue Geschäftsfeld reagieren?

Produkt und Dienstleistungen

- Welches Produkt- und Technologieprofil muss zur Umsetzung der Geschäftsidee realisiert werden?
- Welche zusätzlichen Leistungselemente sind um die Produkte und Dienstleistungen innerhalb der Wertschöpfungskette nötig?

Geschäftssystem und Organisation

- Auf welche Aufgaben und Tätigkeiten muss man sich im zukünftigen Geschäftsfeld konzentrieren?
- Wie sieht das Geschäftssystem für das Produkt- und Dienstleistungsprogramm aus?

Externes Wissen als Unternehmensfaktor

- Unter Berücksichtigung der erkennbaren Entwicklung in den Absatzmärkten ist es für die Unternehmen in den Hochlohnländern erforderlich geworden, **sich neue Märkte und Geschäftsideen zu suchen**.

- Diese Suche erfordert ein **hohes Maß an Kreativität und Bereitschaft, neue Denkweisen zu erlauben**.

- Um Denkweisen zu verändern, reicht es heute nicht mehr aus, nur theoretisches Wissen zu besitzen. Erst wenn **Erfahrung und Lösungskompetenz** erfolgreich integriert werden können, entsteht ein wirkungsvoller Nutzen für die Unternehmen.

- Die Konzentration auf die **eigenen Stärken unter temporärer Nutzung von externen Wissensträgern** wird zum Unternehmensfaktor in den sich verändernden Märkten.

- Die **TMG Karlsruhe** ist bereit, einen nachhaltigen Beitrag für Sie zu leisten.

Nehmen Sie Kontakt auf!

Dipl.-Wirtsch.-Ing. Ulf Pleissner

Geschäftsführender Gesellschafter

Mobil +49(0)700 7 53 47 76 37 (pleissner)
pleissner@tmg-karlsruhe.de

Dr.-Ing. Wolfgang Rühle

Senior Berater

ruehle@tmg-karlsruhe.de

Dipl.-Ing. Klaus Hildenbrand

Senior Berater

hildenbrand@tmg-karlsruhe.de

TMG Technologie Management Gruppe
Markt und Innovation GmbH

Pfinztalstraße 90
D-76227 Karlsruhe

Telefon +49(0)721 82 80 60
Telefax +49(0)721 82 80 610

http://www.tmg-karlsruhe.de