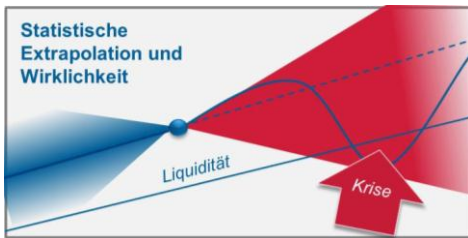




# Vorsicht mit der konjunkturellen Nachsicht

Die richtige Basis für Umsatzprognosen garantiert ein erfolgreicheres Geschäftsjahr 2010

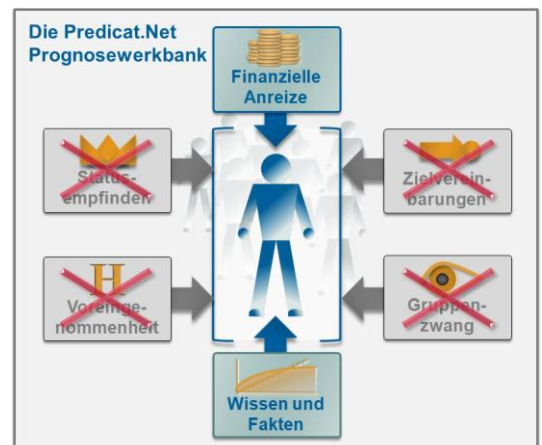


**Wir haben aus der Krise gelernt.** Die kontinuierlichen Planungszyklen oder auch Rolling Forecasts haben ihre Schwächen in der letzten Krise klar gezeigt. Viele Führungskräfte haben das Ausmass der Auswirkungen der Krise für ihr eigenes Unternehmen überrascht aufgenommen: Über einen Zeitraum von 3-6 Monaten kummulierten sich Absatz- und Umsatzrückgang substanziell. Die Erwartungen mussten um fast 40% gegenüber dem Vorjahr nach unten korrigiert

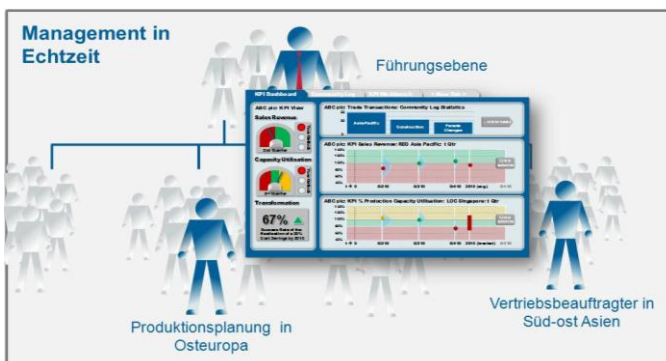
werden und in einigen Bereichen entstand ein Defizit von 60 % gegenüber der gesetzten Jahresprognose für 2009. Weit über 70% aller Forecasts waren unrealistisch, da die meisten statistischen Planungsmodelle ungeeignet zur Abbildung von Krisenszenarien waren. Es blieb somit bei der Marschrichtung ‚aufwärts‘ und viele der Ausrüstungsinvestitionen liefen ins Leere.

**„Einfach weiter so“ geht nicht!** Diese Krise ist vorbei, die nächste kommt irgendwann. Liquidität ist Gift für den Ertrag und muss investiert werden, um die Chance des Aufschwungs nicht zu verpassen – konjunkturell richtig und wichtig. Das aktuelle Umfeld ist weiterhin von wachsender Volatilität geprägt und Unternehmen laufen Gefahr, die nächsten unvorhersehbaren Ereignisse nicht zu überleben. Es muss ein Frühwarnsystem etabliert werden, das die wirklichen Konjunkturtreiber für das eigene Geschäft erfasst und bei Veränderungen die Chance zum Gegensteuern ermöglicht.

**Die Augen und Ohren Ihres Unternehmens** am Markt sind ihre Mitarbeiter und die Ihrer Partner. Die aktuellsten Informationen und der Erfahrungsschatz daraus Einschätzungen auf zukünftige Entwicklungen vorzunehmen, sind immer gegenwärtig. Es ist also nicht empfehlenswert, auf eine bedingungslose Erfüllung der Zielsetzung der Führungsebene zu bauen. Eine reelle Bewertung der Erfolgsaussichten von Unternehmensaktivitäten durch jeden Mitarbeiter sollte Grundlage von Planungen sein. Diese Transparenz ermöglicht eine bessere Durchsetzung von konkreten Zielen an der Basis. Um hier erfolgreich zu sein, ist eine Vertrauensbasis notwendig, damit die Wissensträger Ihre Meinung mitteilen. Ebenso wichtig ist ein gezielter Anreiz, dass sich die relevanten Mitarbeiter mit den wichtigen, unternehmensübergreifenden Themen beschäftigen.



Die Augen und Ohren Ihres Unternehmens am Markt sind ihre Mitarbeiter und die Ihrer Partner. Die aktuellsten Informationen und der Erfahrungsschatz daraus Einschätzungen auf zukünftige Entwicklungen vorzunehmen, sind immer gegenwärtig. Es ist also nicht empfehlenswert, auf eine bedingungslose Erfüllung der Zielsetzung der Führungsebene zu bauen. Eine reelle Bewertung der Erfolgsaussichten von Unternehmensaktivitäten durch jeden Mitarbeiter sollte Grundlage von Planungen sein. Diese Transparenz ermöglicht eine bessere Durchsetzung von konkreten Zielen an der Basis. Um hier erfolgreich zu sein, ist eine Vertrauensbasis notwendig, damit die Wissensträger Ihre Meinung mitteilen. Ebenso wichtig ist ein gezielter Anreiz, dass sich die relevanten Mitarbeiter mit den wichtigen, unternehmensübergreifenden Themen beschäftigen.



**Echtzeit Information für Echtzeit Reaktion.** Das **Predicat.Network** stellt die Plattform und Methodik, damit Ihre Wissensträger ein Forum und die richtigen Anreize haben, um unternehmerische Zielgrößen unter allen wirtschaftlichen Gesichtspunkten zu bewerten. Die Methodik wird bereits von führenden Unternehmen wie Google, Hewlett Packard, EA Games etc. eingesetzt, da sie Aktualität und wissenschaftlich bewiesene Genauigkeit erfolgreich kombiniert. Entscheider erhalten mit dem **Predicat.Network** nie da gewesene Einsichten in die

Prognosen und Faktoren zu Ihrem Unternehmenserfolg. Wir helfen Ihnen die unternehmerischen Zielgrößen in klare und befristete Erwartungen zu fassen und Sie Ihren Mitarbeitern und Partnern zugänglich zu machen.

**Befriedigen Sie Ihre Neugier.** Wir wissen um den Erfolg unseres Ansatzes und möchten diesen gerne mit Ihnen teilen. Welchen konkreten Geschäftsvorfall möchten Sie untersuchen und diskutieren? Rufen Sie uns an unter +49 (89) 2555 730-0 oder schicken Sie eine Email an [kontakt@predicat.net](mailto:kontakt@predicat.net)