

VBU im Dialog

Editorial

Sehr geehrte Damen und Herren,

vor gut einem Jahr schon haben wir an dieser Stelle das Thema „Kreditklemme“ angesprochen, in mehreren Beiträgen die langfristige Kapitalbeschaffung empfohlen und auf die Notwendigkeit der nachhaltigen Liquiditätsplanung hingewiesen. Banken haben heute die Anforderungen an die Bonität ihrer Kreditnehmer deutlich erhöht. Wehmütige Rückblicke an die „gute alte Zeit“ helfen nicht: diesen veränderten Anforderungen müssen Kreditsuchende und Kreditnehmer gerecht werden. Wir empfehlen eine gute und faire Kommunikation mit Ihren Geldgebern und Lieferanten. Dies ist besonders in kritischen Zeiten wichtig und mit Unterstützung von (externen) Fachleuten erreichen Sie leichter Ihr Ziel.

Eine flächendeckende schnelle Internet-Verbindung ist für ein hochtechnisiertes Land wie Deutschland ein wichtiger Wett-

bewerbsfaktor. Innerhalb Deutschlands haben die Kommunen mit der besseren Internet-Infrastruktur deutliche Wettbewerbsvorteile. In dieser Ausgabe beginnt unser VBU-Berater Dr. R. Cordes mit einem Bericht über die aktuelle Situation zu diesem Thema.

Dass im Einkauf der Gewinn liegt ist eine Kaufmannsweisheit und immer noch aktuell. Unser VBU-Berater M. Starz zeigt in seinem Beitrag auf, wie Sie Ihren Einkauf optimieren können.

Viele Projekte haben ihre Tücken. Wie ins Stocken geratene Projekte dennoch zum Erfolg geführt werden können, zeigt der Beitrag unseres VBU-Beraters P. Zahn auf.

Kommen Sie gut durch den Sommer, wir wünschen Ihnen viel Erfolg!



Themen in dieser Ausgabe:

- Editorial
- Termine
Vorträge und Seminare der VBU-Partner
- Kommunaler Breitband-Ausbau in Deutschland - ein Statusbericht (Teil 1)
- Im Einkauf und bei der Beschaffung sparen - und Gewinn erzielen.
Der Einsatz moderner Technologien beim Verhandlungsprozess
- Projektcoaching - Hilfe zur Selbsthilfe
- Interessante Randnotizen
- Impressum

„Das gute Beispiel ist nicht eine Möglichkeit, andere Menschen zu beeinflussen - es ist die einzige.“

Albert Schweitzer
(1875-1965), evangelischer Theologe und Pfarrer, Orgelkünstler, Musikforscher, Philosoph und Arzt

Termine

Projektmanager Automotive

Berufsbegleitender Zertifikatslehrgang in 6 Präsenzphasen vom **25. September 2009** bis **13. März 2010**, im 4-Wochen-Rhythmus meist am Freitag und Samstag, 9.00 bis 17.00 Uhr in **73760 Ostfildern-Nellingen**, TAE Technische Akademie Esslingen, www.tae.de
Referenten: Prof. Peter Schmid, Reinhard Wagner, Friedrich Stein und andere.

Produktmanagement für Technologieprodukte und technikhnahe Dienstleistungen

Der Produktmanager als Unternehmer in seinem Marktsegment, am **6. und 7. Oktober 2009**, 8.45 bis 16.45 Uhr in **73760 Ostfildern-Nellingen**, TAE Technische Akademie Esslingen, www.tae.de
Referent: Friedrich Stein

Projektmanagement für die Produktentwicklung

am **9. und 10. November 2009**, 9.00 bis

17.00 Uhr in **73760 Ostfildern-Nellingen**, TAE Technische Akademie Esslingen, www.tae.de
Referent: Friedrich Stein

Präsentation technischer Inhalte

Ergebnisse überzeugend darstellen, Entscheidungen herbeiführen am **24 und 25. November 2009**, 9.00 bis 17.00 Uhr in **73760 Ostfildern-Nellingen**, TAE Technische Akademie Esslingen, www.tae.de
Referent: Friedrich Stein

Erfolgreiche Unternehmensnavigation - auch in Krisenzeiten

am **30. November 2009**, 9.00 bis 17.00 Uhr, Zielgruppe: Unternehmer, GF, Ltr.Contr., Kfm.Ltr.
in **73760 Ostfildern-Nellingen**, TAE Technische Akademie Esslingen, www.tae.de
Referenten: Norbert Schenzle, Stefan Schlosser, RA Dr. Alexander Böck, RA 'in Dr. Antje-Kathrin Uhl

Kommunaler Breitband-Ausbau in Deutschland - ein Statusbericht (Teil 1) Dr. Ralf Cordes

Breitband-Ausbau: Ziele der Politik

Noch vor wenigen Monaten stand der Breitband-Ausbau als wichtiges Ziel weit oben auf der politischen Agenda. In Verbindung mit dem Konjunkturpakt II wurden einige vollmundige Ziele verkündet. So sollen bis Ende 2010 alle weißen Flecken, d.h. Regionen mit weniger als 1 MBit/s, versorgt sein und bis 2014 75 % aller Haushalte mit mindestens 50 MBit/s anschlussbar sein. Bis 2018 sollten nach den ursprünglichen Plänen dann alle Haushalte mit hoher Bandbreite erreicht werden. Dies klingt grundsätzlich gut und die Umsetzung wird mit Mitteln aus dem Konjunkturpakt II gefördert.

Von dem letzten Ziel hat man sich als erstes wieder verabschiedet. In der Tat ist eine Vollversorgung aller Haushalte in Deutschland mit Breitband-Anschlüssen über 50 MBit/s ein ambitioniertes Ziel. Einige Haushalte befinden sich in sehr kleinen und abgelegenen Ortschaften, die wirtschaftlich kaum zu versorgen sind. Da Breitband kein Universaldienst ist wie Briefpost oder Telefonie sind die Anbieter nicht verpflichtet, eine Versorgung zu realisieren. Die Netzbetreiber werden somit nur dann eine Region mit Breitband ausbauen, wenn dies wirtschaftlich möglich ist.

Was ist notwendig für einen Breitband-Ausbau?

Was bedeutet dabei „Breitband ausbauen“? Zunächst muss die erforderliche Bandbreite in die zu versorgende Ortschaft zugeführt werden. Viele kleinere Ortschaften sind derzeit noch mit Kupferkabeln angebunden, deren Kapazität oft nicht ausreicht, um höhere Datenmengen zu übertragen. Die überregionalen Backbone-Netze haben grundsätzlich ausreichende Kapazität, um hohe Datenmengen zu transportieren. Von den Backbone-Netzen müssen Verbindungen in die zu versorgenden Ortschaften oder Ortsteile gebracht werden über regionale Zugangsnetze, z.B. in Form von Glasfaser-Leitungen, die in Leerrohre eingezogen werden. Im Zweifelsfall können bei Bedarf zusätzliche Glasfasern in die Leerrohre nachgezogen werden – solange bestehende Leerrohre noch nicht mit Leitungen voll sind.

Glasfasern - FttH (Fiber-to-the-home: „Glasfasern zum Haus“) und FttB (Fiber-to-the-building: „Glasfaser zum Gebäude)

- sind in Deutschland bislang nur in wenigen Pilotprojekten zu finden, während andere Staaten hier intensiv investieren. Tatsächlich ist Deutschland eines der Schlusslichter unter den Nationen, die Glasfaser im Teilnehmeranschluss-Bereich einsetzen. Hierzu gehören unter anderem die Niederlande, Skandinavien und asiatische Länder. Die Gründe für diese Länder sind einleuchtend: der Bandbreiten-Bedarf steigt derzeit mit ca. 60 % pro Jahr und ständig kommen neue Anwendungen hinzu, Nutzerzahlen steigen und die tägliche Nutzungszeit wird zunehmend länger.

Im Breitband-Umfeld hat das Kupferkabel den Nachteil, dass die Leitungsdämpfung recht hoch ist und die Bandbreite nach einigen Kilometern Entfernung erheblich reduziert wird. Je nach Durchmesser der verlegten Kupferkabel variiert die Dämpfung. Im Durchschnitt liegt sie bei den in Deutschland verlegten Adern bei 10 dB pro Kilometer und bis 17 dB Dämpfung werden noch 16 MBit/s erreicht. Die maximale Entfernung beträgt somit bis zu 4 Kilometer für einen noch gerade ausreichenden Empfang. Dabei handelt es sich natürlich um Leitungslängen und nicht um die Entfernung nach Luftlinie; dabei entspricht im Durchschnitt die Luftlinien-Entfernung etwa 60 % der tatsächlichen Kabellänge. Viele DSL-Nutzer haben die Leitungsdämpfung schon aus eigener Erfahrung erlebt, wenn anstatt der vereinbarten 6 MBit/s nur 4 oder 5 ankommen. Da dieses physikalische Phänomen nicht zu umgehen ist, steht in allen Verträgen bei den Bandbreiten der Zusatz „bis zu ...“.

Was liefert dieser Beitrag und was die weiteren?

In insgesamt zwei weiteren Abschnitten stellen wir Ihnen die wesentlichen technischen Faktoren als Basis für einen kommunalen Breitbandausbau vor. Wir werden aktuelle Hemmnisse, erforderliche Kooperationen insbesondere zwischen Kommunen und Netzbetreibern sowie die aktuellen Maßnahmen zur Verbesserung der aktuellen Situation aufzeigen. Somit sollten Sie als Leser in die Lage versetzt werden zu entscheiden, wie weit Ihre Kommune derzeit in diesem Ausbauprozess ist.

Die Breitband-Situation für eine Kommune ist nicht einfach und kann nicht schnell mit Standardmaßnahmen optimiert werden. >>

Neue Spielregeln bei Erfindungen des Arbeitnehmers

Am 28. Mai 2009 hat der Bundestag den Gesetzentwurf zur Vereinfachung und Modernisierung des Patentrechts verabschiedet. Damit kann das Gesetz noch in diesem Jahr in Kraft treten. Insbesondere das als kompliziert und fehleranfällig kritisierte System der Inanspruchnahme von Arbeitnehmererfindungen durch den Arbeitgeber wird so novelliert und verbessert. Das neue Gesetz führt zu einem Paradigmenwechsel. Bisher musste der Arbeitgeber eine Erfindung innerhalb von vier Monaten nach Eingang einer Erfindermeldung seines Mitarbeiters durch schriftliche Erklärung in Anspruch nehmen, um die Rechte daran zu erlangen. Künftig gehen die Rechte an einer Erfindung vier Monate nach Eingang einer Erfindermeldung automatisch auf den Arbeitgeber über, auch wenn dieser untätig bleibt. Der Arbeitgeber muss vielmehr aktiv werden, wenn er den Übergang der Rechte und damit auch die Verpflichtung zur Zahlung einer angemessenen Vergütung an den Erfinder verhindern will. Hierzu muss er die Erfindung innerhalb von vier Monaten nach der Erfindermeldung durch eine Erklärung in Textform (d. h. schriftlich, per Fax oder E-Mail) freigeben. Diese Vereinfachung der Inanspruchnahme ist sowohl aus Sicht des Arbeitgebers als auch aus Gründen der Rechtssicherheit zu begrüßen. Da einem Arbeitnehmer allerdings ab Inanspruchnahme der Erfindung selbst dann eine angemessene Vergütung für diese zusteht, wenn der Arbeitgeber sie nicht nutzt, hat der Arbeitgeber einen beträchtlichen Handlungsdruck.

Kommunaler Breitband-Ausbau in Deutschland - ein Statusbericht (Fortsetzung Teil 1)

Je nach Bevölkerungsstruktur und Topographie bieten sich unterschiedliche Lösungen an. Für die Analyse, Ausgestaltung und Umsetzung brauchen die meisten Kommunen Unterstützung. Zudem wäre es sinnvoll, den Netzausbau auf Kreisebene aktiv zu fördern, da dies bessere und wirtschaftlichere Lösungen verspricht.

Der Beitrag sollte Sie ermuntern, Ihre Kommune auf den Prüfstand zu stellen, gegebenenfalls bei den regionalen Entscheidungsträgern vorstellig zu werden, wenn Sie mit Ihrer aktuellen Breitbandversorgung nicht zufrieden sind.

Dr. Ralf Cordes
ralf.cordes@vbu-berater.de
Telefon 07022 38838

Im Einkauf und bei der Beschaffung sparen - und Gewinn erzielen Der Einsatz moderner Technologien beim Verhandlungsprozess

Michael Starz

Gerade und vor allem in Krisenzeiten suchen Unternehmen nach Möglichkeiten zur Reduktion von Kosten und Beständen und zur gleichzeitigen Erhöhung der Erträge und der Wettbewerbsfähigkeit. Häufig wird dabei jedoch eine Funktion übersehen, die ganz wesentliche Beiträge dazu leisten kann – **Einkauf und Beschaffung**.

Viele Unternehmen haben ihre Prozesse schon erfolgreich auf neue Methoden zum Lieferantenmanagement umgestellt, jedoch gibt es noch ebenso viele, bei denen der Einkauf nach herkömmlichen Methoden arbeitet und eher der Lieferant das Geschehen bestimmt.

Eine aktuelle Umfrage anlässlich der Messe e-procure & supply in Nürnberg¹ zeigt deutliche Erwartungshaltungen und auch Nachholbedarf bei den Unternehmen auf:

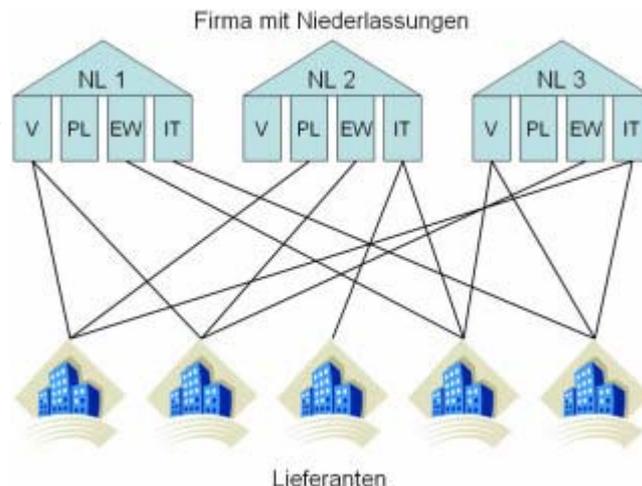
70% der befragten 71 Unternehmen gaben an, hohe Erwartungen an den Einkauf für **Materialkosten-Senkungen** zu haben. Für sogar 72% ist die **Senkung von Prozesskosten** sehr wichtig. Zudem halten 61% der Befragten die bisher eingesetzten **IT und e-Procurement Systeme** für unzureichend. Es gibt eindeutigen Handlungsbedarf - und es gibt Antworten auf diese herausfordernden Aufgabenstellungen, um den Einkauf zu einem schlagkräftigen und effizienten Instrument zur gezielten Ergebnisverbesserung zu formen.

Zwei Maßnahmen versprechen eine schnelle und gleichzeitig

nachhaltige Ergebnisverbesserung, können kurzfristig umgesetzt werden und stellen gleichzeitig eine strategische Basis für weiterführende Aktionen: das **Warengruppen-Management** und das Verhandeln mittels **elektronischer Auktionen** (e-Auktionen, e-auctions).

Vor allem bei verzweigten und dezentral organisierten Unternehmen ist häufig festzustellen, dass a) dieselben Produkte in unterschiedlichen Kategorien geführt werden und b) mit unterschiedlichen Prozessen beschafft wird. Zudem ist ebenso das Phänomen des „**Maverick Buying**“ vorzufinden. Dieses ist meist historisch gewachsen und „war bei uns schon immer so“: derjenige der einen Bedarf hat, bestellt eben mal kurz beim nächstbesten Lieferanten. Somit ist potentiell jeder Mitarbeiter eines Unternehmens mit Einkäufen beschäftigt - und der funktional zuständige Einkauf ist außen vor.

So nicht mehr:



Er sollte deshalb Erfindermeldungen zügig prüfen, um Erfindungen bei fehlender Verwertbarkeit rechtzeitig freigeben zu können. Sonst droht die Vergütungspflicht selbst dann, wenn die Erfindung nicht genutzt werden soll oder kann. Die Prüfungsfrist von vier Monaten ist oft knapp bemessen, weil es im Einzelfall z. B. erforderlich sein kann, technische Machbarkeitsstudien einzuholen. Nach der Erfindermeldung ist aber eine Fristverlängerung zulässig, die allerdings die Zustimmung des Arbeitnehmers erfordert. Ob eine längere Prüfungsfrist bereits vor der Erfindermeldung, insbesondere im Arbeitsvertrag, „gerichtsfest“ vereinbart werden kann, bleibt abzuwarten. Trotz dieser Unsicherheit ist eine solche Vereinbarung grundsätzlich ratsam.

VBU-Partner
RA Joachim Staudenmaier
MBA

Durch die richtigen Marketinginstrumente rechtzeitig Marktanteile sichern

Immer mehr Unternehmen frieren ihre Marketingbudgets ein, da hiermit in der Krise am schnellsten Einsparungsmaßnahmen realisiert werden können. Doch die Sicherheitsmaßnahmen der einen - bieten anderen Unternehmen durch den gezielten Einsatz der richtigen Marketinginstrumente einen zusätzlichen Spielraum: Hierdurch kann man die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit leichter auf sich ziehen. Damit verschaffen sie sich einen klaren Wettbewerbs- und Marktvorteil. Gerade in Krisenzeiten ist dies nicht nur bei dem Gewinn von Neu-Kunden

Neues aus Marketing und Vertrieb

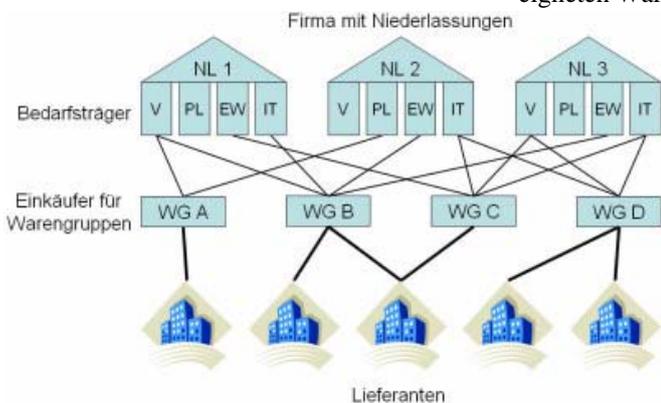
>>

Im Einkauf und bei der Beschaffung sparen - und Gewinn erzielen

(Fortsetzung)

Damit werden jedoch weder optimale Preise und Bedingungen für das Unternehmen erzielt, noch ist ein strategisches Lieferanten-Management möglich. Zwei einfache, aber wirksame Maßnahmen ermöglichen kurzfristig bessere Konditionen zu erzielen und die Lieferantenzahl zu reduzieren: der Einkauf ist im Unternehmen formal die einzig autorisierte Stelle, die Bestellungen vornehmen kann und Lieferantenrechnungen werden nur bezahlt, wenn eine vom Einkauf unterzeichnete Bestellung vorliegt.

Besser so:



Mit dieser Struktur wird der Einkauf in die Lage versetzt, **sämtliche Bedarfe** einzusehen und er kann sinnvolle **Warengruppen bilden** – und dies auch über mehrere Standorte übergreifend. Allein schon durch die entstehenden **Volumeneffekte** können Preisreduzierungen realisiert werden. Zudem ermöglicht eine Warengruppen-Struktur weitere langfristige Maßnahmen einzuleiten, wie z.B. **Lieferanten-Strategien**, Reduktion einer Vielzahl von Lieferanten für dieselben Warengruppen und **Optimierung der Bestände**. Die meisten neueren ERP- und MRP-Systeme sind ohnehin für ein Warengruppen-Management ausgelegt.

In Warengruppen zusammengefasste Bedarfe zeigen auf, wo es lohnend ist, anstelle konventioneller Verhandlungen das **Verhandeln über e-Auktionen** einzuführen. Es muss klar sein, dass e-Auktionen den Einkäufer mit seiner Expertise und seinen Skills nicht ersetzen, ihm aber ein sehr gutes modernes Instrument bieten, um Verhandlungen **schneller, effizienter, weniger zeitaufwendig und häufiger** durchführen zu können. Gerade bei Märkten mit rasanten Preisveränderungen ist es

unabdingbar, dass der Einkäufer auf diese Preisveränderungen sehr schnell reagieren kann, um bessere Einkaufspreise für das Unternehmen zu realisieren.

Neben den Preisen werden bei einer e-Auktion weitere Faktoren der Lieferanten-Angebote berücksichtigt wie Lieferzeiten, Gewährleistungsfristen, Qualität, Fracht- und Verpackungskosten oder die Lieferanten-Bewertung. Diese Faktoren wirken sich direkt auf die Kosten aus bzw. verbessern die Qualität oder Durchlaufzeiten.

Der erste Schritt ist die Auswahl einer geeigneten Warengruppe anhand einer ABC-Analyse und wird ergänzt mit der zukünftigen Bedarfsentwicklung. Geeignet ist **viele aus dem firmeninternen Bedarf**, angefangen von Druckerpapier, Büromaterial, sonstigem Verbrauchsmaterial, PCs, Notebooks, Flachbildschirmen bis hin zum Catering, Sicherheitsdienstleistungen, Verpackungsmaterial, Treibstoff und Mietwagen oder Massenbedarf für die Produktion. Zunehmend interessant werden auch e-Auktionen für **Energieeinkäufe**, die meist eine der höchsten Ausgabepositionen darstellen.

Geeignete **Tools für e-Auktionen müssen weder investiert noch installiert werden**, sondern können auf Basis einer SaaS Nutzung (Software as a Service) „sofort“ von jedem PC aus bedient werden. Empfohlen und sinnvoll sind ein vorbereitendes Review und gegebenenfalls eine Anpassung der **Beschaffungsprozesse** sowie kurze **Einführungs-Schulungen** für Einkäufer und zur e-Auktion eingeladenen Lieferanten. Nach Durchführung der e-Auktion obliegt es dem Einkäufer, ob er sofort Verträge mit dem günstigsten Bieter abschließt, oder die 2-3 Bieter in der engeren Wahl noch zu persönlichen Gesprächen einlädt.

Zusammenfassend kann festgestellt werden: Einfach und schnell umzusetzende Maßnahmen, wie die Ablösung des Maverick Buying durch ein fundiertes Warengruppen-Management in einem strategisches Einkauf sowie die Einführung moderner Verhandlungstechniken auf Basis von Internet-Technologien, eröffnen

>>

unverzichtbar, sondern es hilft auch den bereits bestehenden Kundenstamm langfristig an sich zu binden. Beispielsweise ist für technisch orientierte Unternehmen die Kommunikation von Erfolgsgeschichten oder Projektberichten, die dem Kunden einen Zusatznutzen darstellen, ein mögliches Beispiel für erfolgreiche Kundenbindung. Weitere Maßnahmen könnten auch zusätzliche Angebote in Form von Services oder Dienstleistungen sein, mit denen man versucht dem krisenbedingten Preiskampf entgegenzuwirken. Die Verstärkung des Verkaufs durch beispielsweise den Verkaufsinendienst könnte ebenso mehr Umsätze mobilisieren wie zusätzliche Verkaufsförderungsmaßnahmen durch neue Produktgarantien. Denn gerade in Krisenzeiten sollten Unternehmen mit allen Mitteln versuchen, den wertvollen Bestandskunden an das Unternehmen zu binden, statt durch Rückzug den Markt einem Wettbewerber zu überlassen.

VBU-Partnerin
Heike Pohlank

Ein Deutscher auf dem Mars?

Bis dahin werden noch einige Jahre vergehen! Zwei für uns positive Aspekte dazu fallen zuerst auf: Ein Deutscher oder besser gesagt Deutschland ist in der europäischen Raumfahrt aktiv dabei und es wird ein außerordentlich anspruchsvolles Ziel angesprochen! Zu den Fakten: Im Mai 2009 hat die europäische Weltraumorganisation die neu ausgewählten Kandidaten zur Astronautenausbildung bekannt gegeben. Dazu gehört der deutsche Geophysiker Alexander Gerst, der

Neues aus der Technik

>>

Im Einkauf und bei der Beschaffung sparen - und Gewinn erzielen

(Fortsetzung)

Chancen für signifikante und nachhaltige Kostensenkungen. Außerdem wird das Betriebsergebnis verbessert und die Verkaufspreis-Flexibilität erhöht. Daneben werden Effizienz, Produktivität und Tempo gesteigert und damit Personalkosten positiv beeinflusst.

¹ Quelle: Umfrage der GfK Gruppe 06. und 07. Mai 2009 bei der e-procure & supply Nürnberg

Michael Starz
michael.starz@vbu-berater.de
Telefon 07144 8960993

Projektcoaching - Hilfe zur Selbsthilfe

Peter Zahn

Wenn Projekte aus fachlichen oder persönlichen Gründen stocken oder es erst gar nicht dazu kommen soll, dann macht es Sinn externe Expertise zu nutzen. Beim Projektcoaching oder auch „Projektmoderation“ bzw. „Projektberatung“ genannt, übernimmt der Coach nicht die Rolle des Projektleiters, sondern er gibt dem Projektleiter des Mandanten, dem Projektteam oder auch dem Linienverantwortlichen die notwendige Unterstützung für ein professionelles, zielgerichtetes Projektmanagement. Projektcoaching kann situationsbezogen, aber auch begleitend sein. Das situationsbezogene Projektcoaching unterstützt den Projektleiter oder das Projektteam insgesamt in besonderen Projektphasen, wie z.B. in Konfliktfällen. Das begleitende Projektcoaching dient der Prüfung und Reflexion, in bestimmten zeitlichen Abständen den Grad der Zielerreichung festzustellen und die Effizienz von Projekten sicherzustellen. Eine spezielle Form von Projektcoaching ist das Coaching zum Projekt-Kick-Off, bei dem die Grundlagen der Zusammenarbeit im Team

und nach außen festgelegt werden und wo die grundsätzliche Projektstrategie besprochen wird. Das „Kick-Off-Coaching“ dient der Motivation der Projektbeteiligten und der Stützung des Projektverantwortlichen in seiner Führungsrolle.

Wenn die Projektziele nicht klar vereinbart sind, wenn sich die Anforderungen verändern oder sich auftretende Probleme nicht lösen lassen, wenn Projekte sich unerwartet komplex entwickeln, wenn Ängste und Unwillen im Projektteam zu Zeitverzögerungen führen und wenn die Projektkosten aus dem Ruder laufen, dann ist Projektbegleitung durch einen erfahrenen Coach hilfreich. Projektcoaching macht es möglich, Probleme in Lösungen zu wandeln. Projektcoaching hilft in der Projektbeauftragung, beim Projektstart, im Projektcontrolling, in Projektkrisen und beim Projektabschluss. Der Projektcoach ist der „Manager des Projektmanagements“. Er ist unabhängig und verfügt über eine kompetente Außensicht.

| Projektcoaching | | |
|---|---|--|
| allgemein | Projektleiter-Coaching | Projektteam-Coaching |
| Arbeit mit dem Projektleiter und dem Projektteam und bei Bedarf mit Betroffenen und weiteren Beteiligten (Lenkungsausschuss, Auftraggeber, Linienverantwortlichen) - in der Planungsphase - in kritischen Projektphasen - zum Projektabschluss | Arbeit mit dem Projektleiter im Einzelnen - zur Vorbereitung auf die Projektleitung - in der Begleitung zum Projektstart - zur Reflexion in kritischen (aber auch in erfolgreichen) Projektphasen - zum Projektende bzw. bei Projektabbrüchen | Arbeit mit dem gesamten Projektteam - zur Bildung und Strukturierung des Teams am Projektbeginn - in kritischen Projektphasen - zum Projektende bzw. bei Projektabbrüchen >> |

mit weiteren europäischen Kollegen gerade die Ausbildung im EAC dem Europäischen Astronautenzentrum in Köln beginnt. Der zweite interessante Aspekt ist das Ziel Mars, genauer gesagt die Landung eines Menschen dort. Gerade werden wir an die Mondlandung der Amerikaner vor 40 Jahren erinnert. Die Fernsehbilder sind den Älteren unvergesslich. Eigentlich kam es zu diesem herausragenden Ereignis durch die politische Situation der gesellschaftlichen und volkswirtschaftlichen Konkurrenz der Blöcke Ost und West. Nachdem die Sowjetunion als erste ihren Sputnik aus dem Weltraum senden ließ, war der Wettbewerb eröffnet. Die USA brauchten dann ein Ziel, dass ihre technologische Leistungsfähigkeit nachweist und damit auch die eigenen Leute motiviert. Daraus ist für unser wirtschaftliches Umfeld abzuleiten, dass Wettbewerb Visionen, daraus abgeleitete Ziele sowie die Projekte zu deren Umsetzung fördert. Die Motivation der Beteiligten speist sich aus der grundlegenden menschlichen Neugier und der Begeisterung für das anspruchsvolle Ziel. Die überall auftretenden Bremsen und Verweigerer können sogar einen positiven Beitrag zum Erfolg des Projekts leisten. Man hört auf sie insoweit, indem man sicherstellt, dass die notwendigen Ressourcen zur Umsetzung tatsächlich auch vorhanden sind. Offensichtlich ist dies nicht nur das notwendige Kapital, sondern auch das motivierte Personal mit technischem und organisatorischem Know-how, das bereit stehen muss. Dies gilt allgemein für jedes Projekt! Skeptiker fragen gerne: „Was bringt mir das? Das Marsprogramm kostet eine Menge Geld!“ Hier folgt >>

Projektcoaching - Hilfe zur Selbsthilfe (Fortsetzung)

Der Projektcoach bringt seine praktischen Erfahrungswerte und sein Wissen im Einsatz von geeigneten Methoden in puncto Vorgehensweise, Vereinbarung von Arbeitspaketen, Reifegradplanung und -ermittlung, Kapazitätsplanung und -rückmeldung, Projektdokumentation und Informationsmanagement ein. Hilfreich ist auch, ihm die Projektdokumentation zu übertragen, was dem Projektverantwortlichen die Arbeit erleichtert.

Dem Projektcoach kann die Moderation des Lenkungsausschusses, der Projektmeetings und von Workshops übertragen werden. Projekt-Workshops und Projekt-Besprechungen sind die "Knoten" in Projekten. In ihnen entscheidet sich oft, wie - oder auch wie nicht - es im Einzelnen weitergeht. Diese "Entscheidungsknoten" ergebnisorientiert zu gestalten, ist eine der Aufgaben des Coachs: Seine Erfahrung und Kompetenz trägt zur Entscheidungsfindung im Team bei; er weiß auch mit Kommunikationsproblemen und „Durchhängern“ umzugehen.

Die thematische Unbefangenheit und Neutralität des Projektcoachs und seine umfangreiche Erfahrung aus vielen Projekten sowie persönliche und fachliche Engpässe beim Klienten begründen gut die externe Unterstützung.

Peter Zahn
peter.zahn@vbu-berater.de
Telefon 0711 9018401

ein Teil der Antwort. Ohne Technologie-Projekte mit visionären Zielen gibt es keine besseren Lösungen mit neuen Produkten. Auf die Teflonpfanne kann ich verzichten; das Beispiel wurde oft genannt. Den Personalcomputer „PC“, den Rechner mit einem integrierten elektronischen Schaltkreis „IC“, dem Mikroprozessor, der Programme rechnen kann, möchte niemand mehr missen. Auch der moderne Elektroherd birgt in seinem Einstellregler einen IC zur Steuerung. Die Entwicklung der integrierten Schaltkreise, der ICs, wurde insbesondere zu Beginn bei der Forschung und Entwicklung der Grundlagen wesentlich von der Luft- und Raumfahrt gefördert. Setzen wir uns also anspruchsvolle technologische und damit wirtschaftliche Ziele aus Visionen und verfolgen sie begeistert. Der Erfolg und Gewinn bleibt nicht aus!

VBU-Partner
Dr. Ulrich Obbarius

Impressum:

‘VBU im Dialog‘ erscheint viermal jährlich und bietet Informationen für Kunden und Partner des VBU

Herausgeber:
Verbund beratender
Unternehmer e.V.
Ansprechpartner:
Norbert Schenzle
Am Waldrand 43
71111 Waldenbuch

Telefon 07157 5369265
Telefax 07157 5369263
eMail info@vbu-berater.de

Redaktion:
Dr. Ulrich Obbarius im Team
mit Heike Pohlink, Norbert
Schenzle, Joachim Staudenmaier
und Peter Zahn (Gestaltung)

Copyright VBU 2009

*Sie finden uns auch im
Internet unter*

www.vbu-berater.de
