





In der mnc NEWS-Ausgabe 2012/2013 erhalten Sie einen Einblick in wichtige Projekte, die die mnc in 2012 durchgeführt hat. Zudem möchten wir Sie auf unsere Themen- und Beratungsschwerpunkte 2013 aufmerksam machen.

■ Projekt <i>Führungskräfteentwicklung</i>	■ Projekt <i>Marketing- und Vertriebsstrategie</i>
<p><b>Fa. Papiertechnische Stiftung (PTS)</b></p> <p><b>Bin ich eigentlich „Mädchen für alles“ oder werde ich auch in Strategie- und Entscheidungsprozesse einbezogen?</b></p> <p>Vor dem Hintergrund dieser Fragestellung hat die mn consulting für die Zielgruppe Abteilungsleiter folgende Führungskräfteentwicklung durchgeführt und begleitet:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>I. Basis-Seminar: Personale und Soziale Kompetenz + Praxisworkshop zu Live-Themen aus dem Führungsalltag</li> <li>II. Basis-Seminar: Methoden- und Handlungskompetenz + Praxisworkshop zu Live-Themen aus dem Führungsalltag</li> <li>III. Dialog-Veranstaltung zu „Führungspraxis PTS“ zwischen Bereichsleitern und Abteilungsleitern = Reflexion von Rolle/ Aufgaben/ Zusammenarbeit</li> <li>IV. Einzel-Coachings von Abteilungsleitern = Begleitung von Live-Auftritten + anschließendem Individual-Coaching</li> <li>V. Reflexions-Workshops Abteilungsleiter zu:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Praxiserfahrungen Führung</li> <li>- Rollenverständnis</li> <li>- Führungsverhalten</li> <li>- Zusammenarbeit mit Führungsebenen PTS.</li> </ul> </li> </ol> <p>Die mn consulting wird diesen Führungskräfteentwicklungsprozess weiterhin begleiten und damit auch zur Klärung bzw. zum Umgehen mit der eingangs gestellten Frage beitragen.</p> <p><b>In jedem Fall lautet die Erkenntnis zu Führung heute: Die Führungskraft ist stark in das Tagesgeschäft und in Sachthemen eingebunden und benötigt ein gutes Zeit- und Selbstmanagement, um Zeit für die Führungsarbeit zu haben.</b></p> 	<p><b>Fa. Schäflein AG</b></p> <p><b>Wie arbeiten wir eigentlich professionell für unsere Kunden und wer macht die Preise?</b></p> <p>Diese und ähnliche Fragestellungen waren Anlass, um für die Schäflein AG, einem führenden Unternehmen der Transportlogistik, ein Marketing- und Vertriebskonzept zu erarbeiten. Hier stand folgende Vorgehensweise im Mittelpunkt:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bildung einer Arbeitsgruppe, bestehend aus Geschäftsleitung, Vertriebsleitung, Vertriebsinnen- und Vertriebsaußendienst, Leiter im Marketing, Geschäftsführern von Tochterunternehmen</li> <li>2. Verfolgung eines zentralen Marketing- und Vertriebsstrategie-Ansatzes, in dem das Dach-Unternehmen Schäflein AG die Strategie verantwortet und den Tochterunternehmen Supportfunktionen zur Umsetzung der Strategien zur Verfügung stellt.</li> <li>3. Schrittweise Erarbeitung der Marketing- und Vertriebsstrategie in Form von Workshops mit der Arbeitsgruppe</li> <li>4. Hier, in den Workshops, Arbeit mit             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Impulsreferaten einzelner Arbeitsgruppenmitglieder zu Sachthemen und</li> <li>b. mit klaren und terminierten Arbeitsaufträgen zur Strategie-Erarbeitung</li> </ol> </li> <li>5. Verabschiedung der Marketing- und Vertriebsstrategie mit dem Kernstück „Zentrales CRM-System“ als festes Steuerungsinstrument für Marketing- und Vertriebsaktivitäten.</li> <li>6. Kommunikation der zentralen Marketing- und Vertriebsstrategie innerhalb der Schäflein AG und den Tochterunternehmen in Form von Kommunikationsforen.</li> </ol> <p><b>Es hat sich gezeigt, wie wichtig es für ein Unternehmen wie die Schäflein AG ist, regelmäßig „eingefahrene Wege“ zu hinterfragen, und zunächst über den Weg der Strategie-Findung zu einem neuen/anderen Unternehmensbewusstsein und Unternehmenshandeln zu gelangen.</b></p> 

<p>■ <b>Projekt <i>Vertriebssteuerung „Planbarer Erfolg“</i></b></p>	<p>■ <b>Projekt <i>Persönlichkeitsentwicklung durch „Coaching“</i></b></p>
<p><b>Fa. BASF Coatings GmbH</b></p> <p><b>Ist „Ergebnis wie im Vorjahr + x%-Steigerung“ als Planansatz im Vertrieb Industrielacke für die Nutzfahrzeugsparte noch zeitgemäß?</b></p> <p>Die Markt- und Kundenentwicklung im deutschen Nutzfahrzeugbereich ist – ausgelöst durch die Finanz- und Wirtschaftskrise 2009 – seit Jahren volatil, d.h. die großen Nutzfahrzeughersteller stagnieren auf einem bestimmten Umsatzniveau, während mittelständisch geprägte Hersteller infolge ihrer Spezialisierung kontinuierlich wachsen.</p> <p>Muss die Steuerung eines Vertriebsbereichs diese Veränderungen in Richtung „Planbarer Erfolg“ berücksichtigen oder erfolgt die Ausrichtung des Vertriebes weiterhin über die Zielgröße „kontinuierliches Wachstum“? Zu dieser Themenstellung hat die mn consulting in Zusammenarbeit mit der Vertriebsleitung Nutzfahrzeuge BASF Coatings GmbH folgendes Projekt aufgesetzt und begleitet:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sichtung von Vertriebssteuerungsinstrumenten BASF-intern</li> <li>2. Mitreise mit einem Sales Manager zu einem mittelständischen Key-Kunden und Gespräch mit der dortigen Geschäftsleitung zur Ermittlung der Markt- und Kundenanforderungen Nutzfahrzeuge</li> <li>3. Installation einer Arbeitsgruppe – bestehend aus Vertriebsleitung, Verkaufsleitern, Sales Managern zur Erarbeitung eines Vertriebssteuerungsinstruments, das die Markt- und Kundenentwicklung als künftigen Planansatz stärker berücksichtigt.</li> <li>4. Im Mittelpunkt des Vertriebssteuerungsinstruments als Ergebnis der Workshoparbeit durch die Arbeitsgruppe stehen <b>die Einfluss-Faktoren für den Planansatz: Markt-Entwicklung Kunden-Entwicklung Profitabilität Mitarbeiter-Potenzial.</b></li> <li>5. Die auf dieser Basis erstellte Kundenmatrix wird aktuell dem Gesamtvertrieb vorgestellt, in der Planungs- und Steuerungspraxis getestet und danach bei BASF Coatings Vertrieb Nutzfahrzeuge Deutschland eingeführt.</li> </ol> <p><b>Die mn consulting wird dieses Projekt weiterhin begleiten.</b></p> 	<p><b>Versicherungskammer Bayern</b></p> <p><b>Es ist ganz wichtig, dass auch die Spitze des Konzernbetriebsrats professionell und qualifiziert am Erfolg des Konzerns VKB mitarbeitet.</b></p> <p>So die Anforderungen und Erwartungen des VKB-Vorstandes an die Mitglieder des Konzernbetriebsrates.</p> <p>Die mn consulting – schon häufiger als Moderator und Coach für die VKB tätig – wählt für das Einzel-Coaching von Mitgliedern der Spitze des Konzernbetriebsrats eine Kombination aus:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Live-Begleitung der BR-Manager bei Live-Auftritten</li> <li>2. Situatives Feedback</li> <li>3. Coaching-Steps zur Entwicklung von Persönlichkeits- und Handlungskompetenz.</li> </ol> <p>Besonders spannend und interessant im Rahmen des Coachings ist es, die BR-Manager tagesaktuell auf bevorstehende Situationen und Anforderungen vorzubereiten bzw. aktuell erlebte Situationen zeitnah nach zu besprechen und nachzuarbeiten.</p> <p><b>Bei diesem Projekt zeigt sich, wie wichtig es für handelnde Manager/Mitarbeiter und das Unternehmen ist, wenn sich klare Profile herauskristallisieren, die es ermöglichen, die Personen ganz gezielt für wichtige Aufgabenbereiche passgenau zu qualifizieren, zu entwickeln und vorzubereiten.</b></p>  <p><b>EIN STÜCK SICHERHEIT.</b></p>

Themenschwerpunkte mn consulting 2013 werden sein:

■ Beratungsbereich	■ Themenschwerpunkt
■ Unternehmensentwicklung	■ <b>Veränderungsprozesse in Unternehmen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ initiieren</li> <li>↳ begleiten</li> <li>↳ Kulturwandel bewirken</li> </ul>
■ Organisationsentwicklung	■ <b>Zusammen arbeiten „lernen“</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Denken und Handeln in Zusammenhängen</li> <li>↳ Projektbezogen arbeiten</li> <li>↳ Prozesse steuern</li> </ul>
■ Kundenorientierung	■ <b>Kunden binden</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Zuhören + Verstehen</li> <li>↳ Kommunizieren</li> <li>↳ Transparenz schaffen</li> </ul>
■ Vertrieb	■ <b>Key Account Management „professionell“ betreiben</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ sich konzentrieren auf Key-Kunden</li> <li>↳ Key-Teams steuern</li> <li>↳ Entscheidungen des Kunden „beeinflussen“</li> </ul>

■ mn consulting aktuell
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Der Internetauftritt der mn consulting ist neu gestaltet: <b>www.mnc-nolting.de</b></li> <li>■ Mathias Nolting hält in 2013 aktuell folgende Vorträge:               <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ „Gespräche mit Max“ – Über Veränderungsmanagement in Familienunternehmen</li> <li>↳ „Der 5. Stock“ – Prägung des Unternehmens durch Führung</li> <li>↳ „Orientierung – welche denn?“ – Über Orientierung, Veränderung und Konstanten des Erfolgs</li> </ul> </li> <li>■ Ein Highlight in 2012 war die Moderation von Mathias Nolting zur K.R.H.-Sonderborg-Ausstellung. Sie finden den Link unter: <a href="http://www.sophisticated-art.com">www.sophisticated-art.com</a></li> </ul>

### mn consulting

Telefon: 08142 – 531 57  
 Telefax: 08142 – 50 48 93  
 Mobil: 0172 – 841 4554

eMail: [mathias.nolting@mnc-nolting.de](mailto:mathias.nolting@mnc-nolting.de)  
 Internet: [www.mnc-nolting.de](http://www.mnc-nolting.de)