



Graphic Consult

KRAFTvoll aus der turbulenten Zeit

Juni 2020

1. Markt-Blitzlicht – aktuelle Situation	Seite	3
2. KRAFTvoll aus der turbulenten Zeit – Es geht wieder los	Seite	5
3. KRAFTvoll aus der turbulenten Zeit – KRAFTfelder & Maßnahmen	Seite	6
3.1 KRAFTfeld – Markt/Umsatz/Kunden	Seite	7
3.2 KRAFTfeld – Einkauf/Lieferanten	Seite	9
3.3 KRAFTfeld – Produktion	Seite	10
3.4 KRAFTfeld – Personal/Organisation	Seite	11
3.5 KRAFTfeld – Finanzen	Seite	13
4. Erfolgreich in die neue Zeit	Seite	14
5. Was können wir für Sie tun?	Seite	15
6. KRAFTvoll – GC – Ihr starker Partner	Seite	16

1. Markt-Blitzlicht – aktuelle Situation

► 1. Phase der Pandemie liegt hinter uns

- Start des Lockdowns in Deutschland: 23. März 2020
- Deutliche Umsatzeinbrüche waren zu verzeichnen (z.T. >50%)
- Unternehmen haben schnell und oft konsequent reagiert, z.B. Soforthilfe beantragt, Schichtpläne eingeführt um die Ausbreitung des Virus zu stoppen
- Sofortmaßnahmen wurden durchgeführt z.B.:
 - Über 2 Millionen Anträge auf Soforthilfe, 1,6 Millionen Anträge davon bewilligt
 - 7,3 Millionen Menschen in Kurzarbeit (im Mai 2020)*
 - 64.554 Kreditanträge im Rahmen der KfW-Coronahilfe bis 19.6.2020*
- Ergebnisauswirkungen sehr unterschiedlich
- Bisher kaum Insolvenzen zu verzeichnen
- Rückgang von 2,2 % des BIP's im 1. Quartal 2020*
- BAFA-Programm wurde gestoppt, da mehr Anträge eingegangen sind als Haushaltsmittel zur Verfügung standen

* Quelle: Statista.com

1. Markt-Blitzlicht – aktuelle Situation

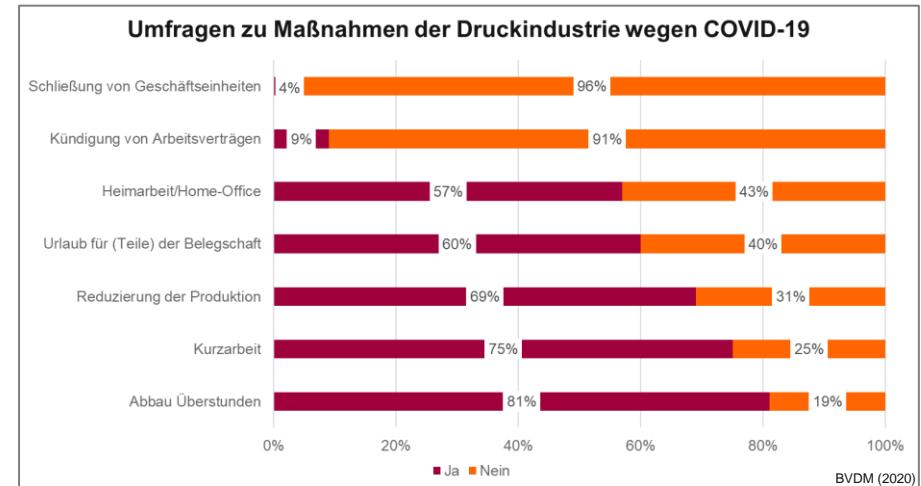


► Aktueller Mix aus Optimismus und Unsicherheit

- Lockerungen im öffentlichen Leben
- Wirtschaft läuft langsam wieder an
- Mehrwertsteuersatz wird gesenkt
- Nachfrage läuft teilweise an

aber

- „Sommerloch“ steht für viele vor der Tür
- Sorge vor einer 2. Welle
- Unsicherheit wie lange die Situation anhalten wird

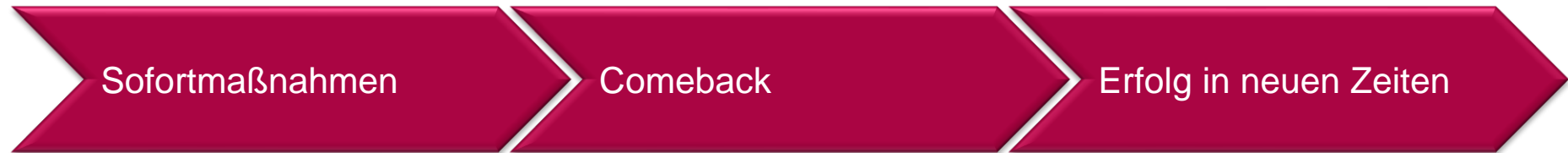


Was ist jetzt richtig?

* Quelle: Statista.com

2. KRAFTvoll aus der turbulenten Zeit – Es geht wieder los

- ▶ Das Agieren in Krisen besteht aus drei verschiedenen Phasen



- In allen Phasen sind – allerdings in verschiedenen Bedeutungen – folgende Felder zu beachten, unsere KRAFTfelder:
 - Markt/Umsatz/Kunden
 - Einkauf/Lieferanten
 - Produktion
 - Personal/Organisation
 - Finanzen
- ▶ Reflektieren Sie Ihre eigene Situation
- ▶ Erfolg ist möglich – gerade jetzt!

2. KRAFTvoll aus der turbulenten Zeit – KRAFTfelder & Maßnahmen



Für Ihren erfolgreichen Start in **die neue Zeit** gilt es, nachstehende KRAFTfelder zu beleuchten und dadurch die Ausrichtung des Unternehmens zu gestalten

	März – Juni 2020 Sofortmaßnahmen	Ab Juni 2020 Comeback	Ab 3. Quartal 2020 Erfolg in neuen Zeiten
KRAFTfeld – Markt/Umsatz/Kunden	Stabilität	Neue Kundenstruktur	Neue Vertriebsstruktur
KRAFTfeld – Einkauf/Lieferanten	Ressourcen sichern	Überarbeitete Lieferantenstruktur	Strategischer Einkauf
KRAFTfeld – Produktion	„Runter fahren“	Hochfahren	Operational Excellence
KRAFTfeld – Personal/Organisation	Mitarbeiter schützen	Aus der Krise lernen	Neue Organisation
KRAFTfeld – Finanzen	„Cash is King“	Szenarienplanung	Profitabilität

Seit Juni befinden wir uns in der Comeback-Phase, was ist jetzt wichtig?

3.1 KRAFTfeld – Markt/Umsatz/Kunden

Sofortmaßnahmen

- ▶ Eigene Erreichbarkeit sicherstellen, Kontakt halten
- ▶ Auftragsabwicklung für laufende Aufträge gewährleisten
- ▶ Mit Auftragsverschiebungen umgehen
- ▶ Potentielle Forderungsausfälle identifizieren, falls erforderlich geänderte Zahlungskonditionen vereinbaren

Comeback

- ▶ Künftige Kundenstruktur festlegen („Cherry-picking“)
- ▶ Umsatzplanung 2020/2021 aktualisieren
 - Wegfallende Kunden
 - Steigerung/Ausbau von Umsatz bei bestehenden Kunden
 - Neukunden (eventuell gezielt von Wettbewerbern)
 - Für alle Kunden: Preisqualität definieren (Konditionen)
- ▶ Surprise-Aktionen, z.B. Kundenworkshops

3.1 KRAFTfeld – Markt/Umsatz/Kunden

Erfolg in neuen Zeiten

- ▶ Neue Vertriebsstruktur umsetzen
- ▶ Künftige Maßnahmen zur Marktbearbeitung festlegen
- ▶ Gegebenenfalls Übernahmen/Kooperationen von Marktbegleiter



Sich ergebende Marktchancen aus der Krise nutzen

3.2 KRAFTfeld – Einkauf/Lieferanten

Sofortmaßnahmen

- ▶ Materialverfügbarkeit sicherstellen
- ▶ Aktuelle Bestände/Reichweiten definieren
- ▶ Kritische Materialgruppen festlegen
- ▶ (Papier-) Entsorgung sicherstellen

Comeback

- ▶ Neustrukturierung des Lieferantenpools durchführen
 - Sicherheit (finanzielle Situation, Regionalität)
 - Konditionen
- ▶ Preise neu verhandeln (Basis: Benchmarking)

Erfolg in neuen Zeiten

- ▶ Aktives Lieferantenmanagement
- ▶ Backup-Lieferanten aufbauen



Von der Krisenbewältigung zum strategischen Einkauf

3.3 KRAFTfeld – Produktion

Sofortmaßnahmen

- ▶ Gezieltes „Runter fahren“ der Produktion
- ▶ Aufrechterhaltung der Betriebsbereitschaft
- ▶ Trennung von Schichten
- ▶ Sonstige Pandemiemaßnahmen

Comeback

- ▶ Auslastungskonformes Hochfahren der Kapazität
- ▶ Fokussierung auf erfolgreiche Produktionsbereiche und Trennung von Nicht-Kernbereichen
- ▶ Insourcing von Wertschöpfung prüfen
- ▶ Operational Excellence Programme konzipieren

Erfolg in neuen Zeiten

- ▶ Umsetzen der Operational Excellence Programme
 - Maschinengeschwindigkeiten erhöhen
 - Rüstzeiten/Hilfszeiten reduzieren
 - Ausschuss minimieren
 - Optimierung der Produktionsabläufe



Gestärkt aus der Krise – maximale Effizienz in der neuen Zeit

3.4 KRAFTfeld – Personal/Organisation

Sofortmaßnahmen

- ▶ Gesundheitsmanagement/Akutmaßnahmen durchführen
- ▶ Neue Schichtmodelle erstellen
- ▶ Homeoffice ermöglichen
- ▶ Kurzarbeit beantragen und in betriebliche Realität überführen
- ▶ Enge Führung in Zeiten der Krise
- ▶ Regelmäßige Kommunikation mit den Mitarbeitern

Comeback

- ▶ Hygieneregeln in optimale Produktion integrieren
- ▶ Lernen aus den Effekten des Lockdowns:
 - Künftige Besprechungsstruktur
 - Gezielter Einsatz von Videokonferenzen
 - Homeoffice in der Zukunft
- ▶ Gezielte Personalmaßnahmen durchführen (halten, trennen von Mitarbeitern)
- ▶ Neue Organisationsstruktur erarbeiten
- ▶ Mitarbeiter emotional wieder motivieren/positiv stimmen

3.4 KRAFTfeld – Personal/Organisation

Erfolg in neuen Zeiten

- ▶ Neue Organisationsstruktur umsetzen
- ▶ Gezielte Mitarbeiterentwicklung, z.B. durch Academy



Gut aufgestellt – gestärkt in die neue Zeit

3.5 KRAFTfeld – Finanzen

Sofortmaßnahmen

- ▶ Cash is King
 - Zusätzliche Liquidität generieren (Soforthilfe, Darlehen)
 - Liquiditätsabflüsse stoppen
- ▶ Zahlungsunfähigkeit vermeiden

Comeback

- ▶ Mittelfristige Liquiditätsplanung durchführen
- ▶ Szenario Planung 2020, 2021 aufbauen (Best, Real, Worst Case)
- ▶ Durchführung von Kostensenkungsprogrammen in allen relevanten Kostenpositionen
- ▶ Absenken des Break-even-Points als Resultat der Kostensenkungsprogramme
- ▶ Zielrendite für die Zukunft definieren

Erfolg in neuen Zeiten

- ▶ Profitabilität halten/steigern
- ▶ Tilgung der zusätzlichen Verbindlichkeiten aus der Coronakrise (Stundungen, neue Kredite)
- ▶ Entwicklung eines Modells für künftige Krisen



Vom kurzfristigen Cash Management zum nachhaltigen Erfolg

4. Erfolgreich in die neue Zeit

Zusammenfassung:

- ▶ Alle Punkte aus den Sofortmaßnahmen ausgeschöpft?
- ▶ Lassen sich alle Maßnahmen in der Comeback-Zeit umsetzen?
 - Tipp:
 - Managementplan und daraus Maßnahmenplan erstellen, regelmäßige Meilensteinkontrolle
 - Projektteams bilden – zusammen anpacken
 - Der Blick von außen kann in vielen Punkten hilfreich sein
 - Unterstützung hinzuziehen
- ▶ Wachsam, am Ball und offen für Optimierung bleiben
- ▶ Wurden alle Chancen genutzt?



Mit den Wölfen heulen tötet

5. Was können wir für Sie tun?

Gerade in schwierigen Zeiten ist Begleitung überlebensnotwendig!

Wir begleiten Sie durch alle Phasen in den KRAFTfeldern – auch online:

- ▶ Input für Ihr Projektteam zur Entwicklung bzw. Verfeinerung des Krisenplans → Entwicklung und Bewertung von Szenarien
- ▶ Kontinuierliche Begleitung Ihres Krisenteams → Coaching in hektischen Zeiten
- ▶ Input zur Unternehmenskommunikation, intern wie auch extern
- ▶ Langjährige und kompetente Branchenerfahrung



Bereit zu reden? GC – Ihr starker Partner, wir unterstützen sofort!

Rufen Sie an +49 (0)89 89 60 56 0

6. KRAFTvoll – GC – Ihr starker Partner

Ihr Erfolg ist unsere Priorität!

- ▶ In uns haben Sie den Partner Ihres Vertrauens – für Souveränität im kompletten Prozess
- ▶ Ein erfahrenes Beraterteam steht Ihnen mit umfassendem Branchen-Know-how zur Verfügung
- ▶ Sie profitieren von einer schnellen und effizienten Projektabwicklung durch professionelles und zielorientiertes Projektmanagement
- ▶ Unsere strukturierte Analyse ist speziell auf die Erfahrungen und Entwicklungen in der Printbranche angepasst
- ▶ Wir kennen Ihre Anforderungen und damit haben Sie für Ihre weitere Entwicklung in uns den optimalen Ansprechpartner
- ▶ Wir sind die Experten für Prozesse und Strukturen in allen Bereichen Ihres graphischen Unternehmens und kennen die Prioritäten und Ansatzpunkte für schnelle und nachhaltige Optimierung



**Wir kennen die Branche und sind Teil der Branche.
Wir kennen die Benchmarks und wissen, worauf es ankommt!**

6. KRAFTvoll – GC – Ihr starker Partner



Peter Jeschke – Dipl.-Ing. (FH), Dipl.-Wirt.-Ing. (FH)

Geschäftsführender Gesellschafter, GC Graphic Consult GmbH

Berufserfahrung / Expertise

Seit 1991 Management Consultant, GC Graphic Consult GmbH

1986 – 1991 Produktmanager, Bereichsleiter Etikettendruck, Avery Dennison

Beratungsschwerpunkte

Strategie, Organisation, Vertrieb, Personalentwicklung, Sanierung

Darüber hinaus engagiert als

- Lehrbeauftragter an der Hochschule der Medien in Stuttgart
- Assoziiertes Mitglied des FFI (Fachverband Faltschachtelindustrie)
- Mitglied des BDU (Bundesverband deutscher Unternehmensberater)

6. KRAFTvoll – GC – Ihr starker Partner



Dr. Wolfgang Jeschke – Dr. oec. publ., Dipl.-Kfm.

Geschäftsführender Gesellschafter, GC Graphic Consult GmbH

Berufserfahrung / Expertise

Seit 1998	Management Consultant, GC Graphic Consult GmbH
1995 – 1998	Gruppenleiter, BMW
1992 – 1995	Unternehmensberater, Bain & Company
1989 – 1992	Projektleiter, Bosch-Projekt – LMU München

Beratungsschwerpunkte

Strategie, Organisation, Vertrieb, Sanierung, Mergers & Acquisitions

Darüber hinaus engagiert als

Lehrbeauftragter an der Hochschule München, Druck- und Medientechnik