

Zukunftsperspektiven für die Beratungsbranche

*“Nicht wer nichts hat, nein, wer nichts kann, der ist ein
wahrhaft armer Mensch.”*

jüdisches Sprichwort

Heute geht's um:

Triebkräfte in der Branche

Ausblick: Makro & Mikro

Die Ressource "Mensch"

SEP – Strategische Erfolgspositionen

Diskussion, Fragen, Antworten

Triebkräfte in der Branche

Ausblick: Makro & Mikro

Die Ressource “Mensch”

SEP – Strategische Erfolgspositionen

Diskussion, Fragen, Antworten

Mangel treibt an!

Treiber

Mangel an Ressourcen (→ Mangel an HR, die können und wollen)

Mangel an Margen-Stabilität (→ Margen-Erosion = Preiskampf)

Mangel an Freiräumen (→ Regulierungs-Aktivismus der Regierungen, steigende Steuerbelastung)

Mangel an Alternativen in griffnähe & Perspektiven in der Ferne

Druck treibt an!

Treiber

Veränderung findet immer schneller statt – Stichwort “IT”

Transparenz → effizientere Märkte = Wettbewerbsdruck

Globalisierungstrend beschleunigt sich

Geopolitische “Wacht-Ablösung” (G7 + EU vs. B(R)IC / Vermögen sichern vs. Vermögen aufbauen)

steigender Anpassungsdruck bei Beratern(→ Erfinden Sie sich neu!) und bei Mandanten (→ rapide steigender Beratungs-Bedarf)

Beratungsrisiko nimmt rapide zu

Initiative treibt an!

Treiber

Produktive Unruhe an den Tag legen

Über den Teller-Rand hinaus denken & handeln

Sich in Frage stellen (Position, Weg, Ziel)

Risiko-Training – ein tägliches “Must” !

Querdenker fördern und fordern

Triebkräfte in der Branche

Ausblick: Makro & Mikro

Die Ressource “Mensch”

SEP – Strategische Erfolgspositionen

Diskussion, Fragen, Antworten

“Gouverner, c’est prévoir”

Mitdenken genügt nicht mehr

« *Gouverner, c’est prévoir* », sagte der französische Publizist, Verleger und Politiker Emile de Girardin im 19. Jahrhundert schon – „Regieren“ bedeutet: vorausschauen!

Vorausdenken ist gefragt

bei Mandanten → seid Unternehmer, nicht Unterlasser

bei Beratern → seid des Königs Hofnarr – Klartext ist gefragt

beim Human-Kapital, also den Menschen → Wissen bunkern

Nicht die Grösse zählt, sondern die Schnelligkeit

Zeit ist Geld und Geld ist Zeit!

Werte schaffen durch **Flexibilität, Agilität, Mobilität** (FAM) – durch Schnelligkeit wird das Element „Zeit“ zu „Geld“!
(„Zeit“ ist endlich, „Geld“ ist – theoretisch – unendlich)

“Blick in die übernächste Geländekammer!”

Ein Begriff aus dem Militär, der hilft, via Entwicklung von Szenarien die potentiellen Veränderungen kommen zu sehen und sich darauf einzurichten (z.B.: wahrscheinlichstes & gefährlichstes Szenario)

Permanenter “Reality Check” & Business Intelligence

Wir brauchen also keine Flaggschiffe...



Passagierdampfer "Queen Elizabeth II", max. Speed: 52 Km/h

...sondern Schnellboote!



Wally Power, max. Speed: über 100 Km/h

Die globalisierte Welt – Szenarien der Zukunft:

- Länderübergreifende bzw. Interkontinentale Beziehungen
- “Arbitrage” von Werten & Preisen auf globaler Stufe
- GGI ist die perfekte Plattform für diese Zukunft
- Ihre pro-aktive Rolle bringt mehr Gewinn und Nachhaltigkeit – Ihnen und Ihren Mandanten!

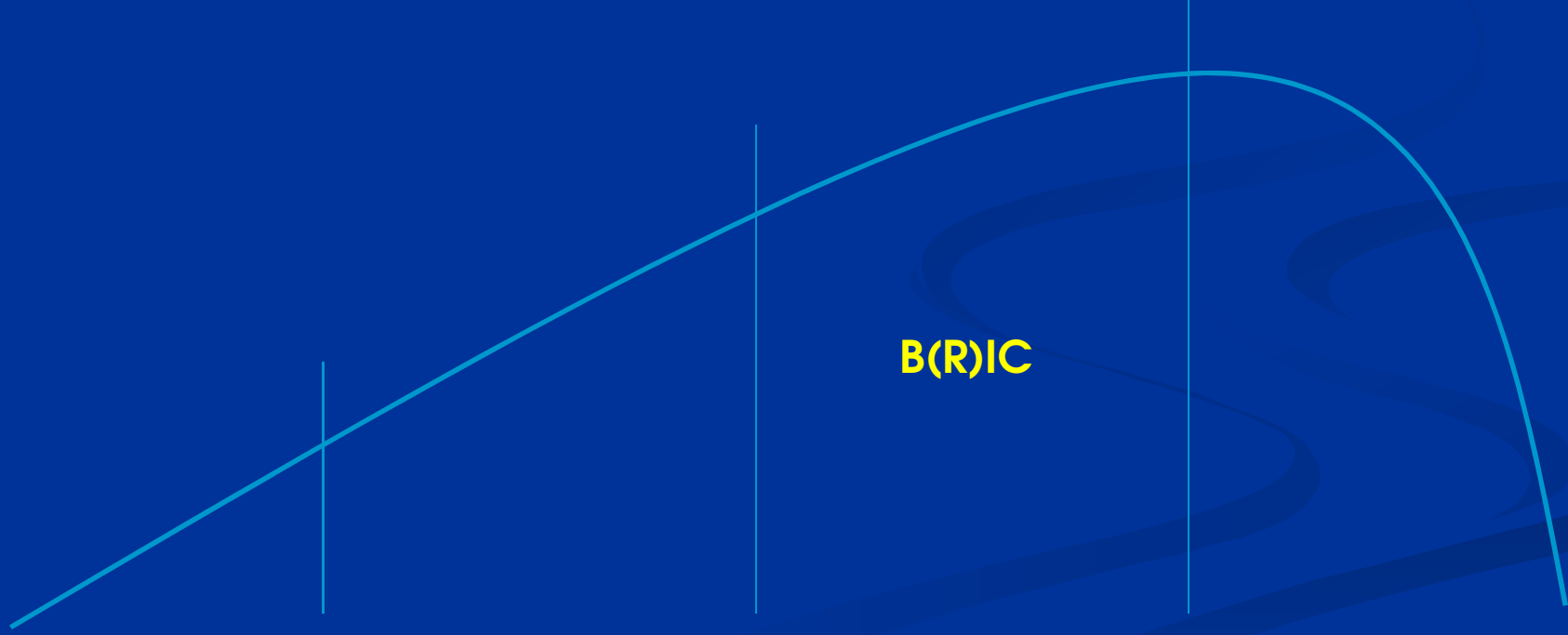
Die globalisierte Welt – eine Aufteilung nach “Produkt-Lebenszyklus”:

- EU + G 7 (USA, Kanada, Japan, GB, DE, FRA, ITA)
- B(R)IC: Brasilien, (Russland), Indien, China
- “Next 11”
- ROW = Rest of the World

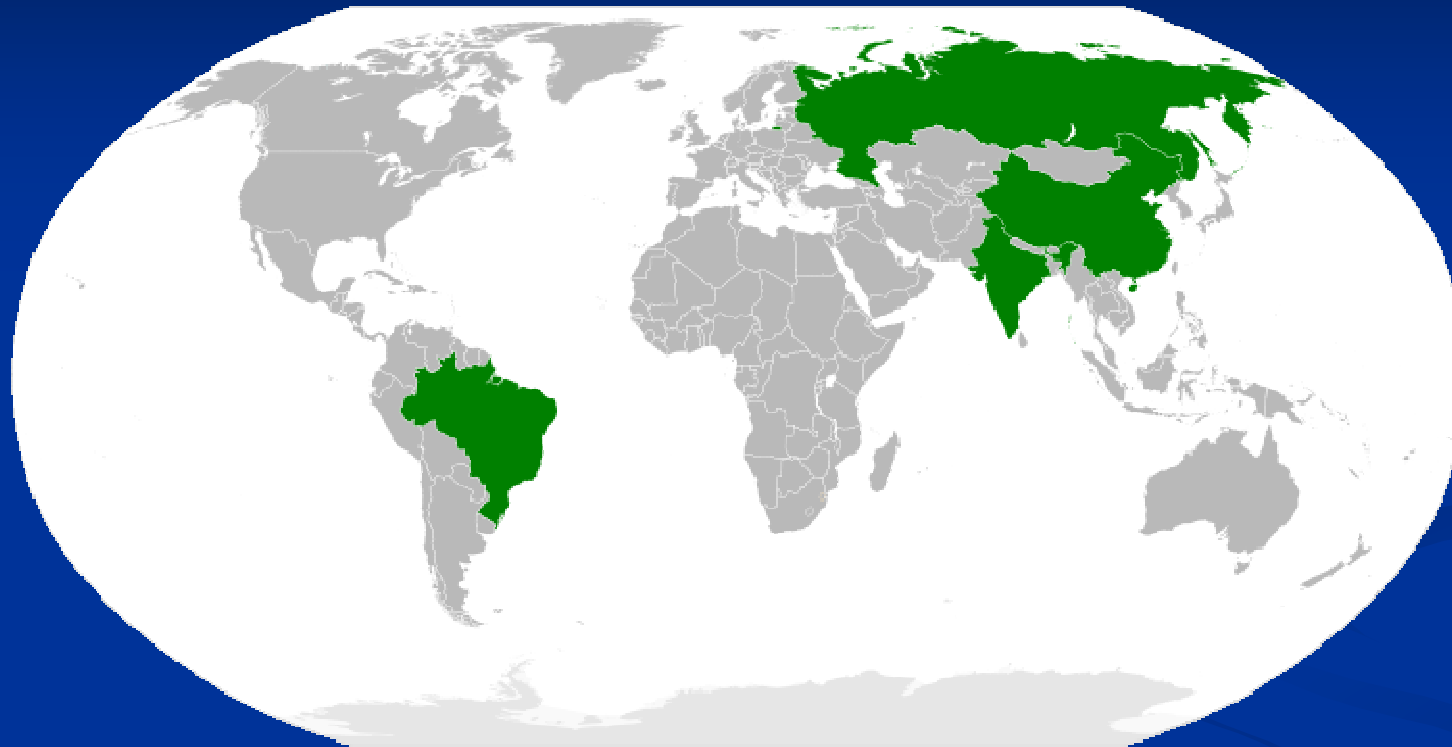
G7 / EU

- "reife" Firmen
- Generationenwechsel stehen in grosser Anzahl an
- Technologiegetrieben
- Internationaler Fokus
- Höhere Produktionskosten





B(R)IC



Brasilien, (Russland), Indien und China

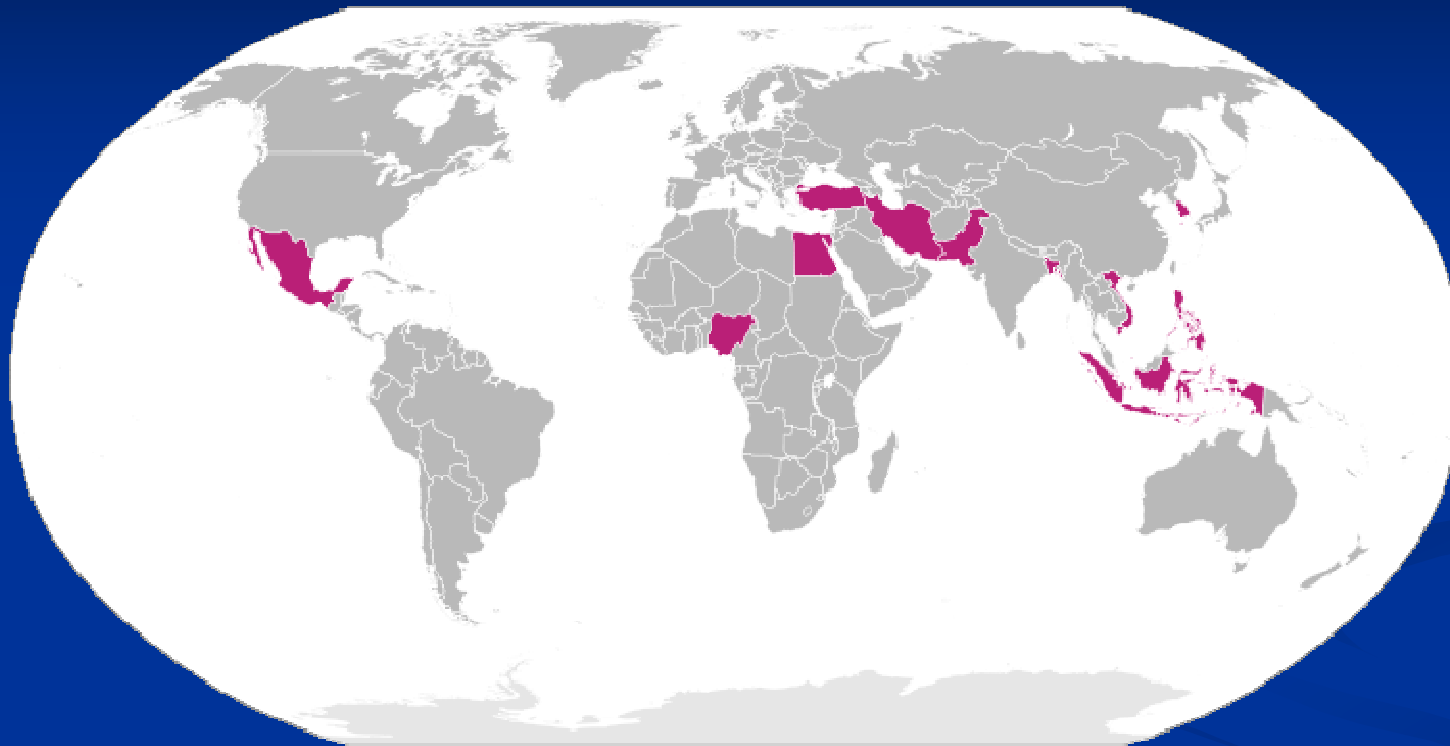
B(R)IC

- Expansion der globalen Wirtschaftsinteressen
- Akquisition von Technologie, also Know-how Transfer
- Bedarf nach geografischer Diversifikation
- Tieferes "Bruch-Risiko" als "Next 11"
- Starkes Wirtschaftswachstum





Next 11



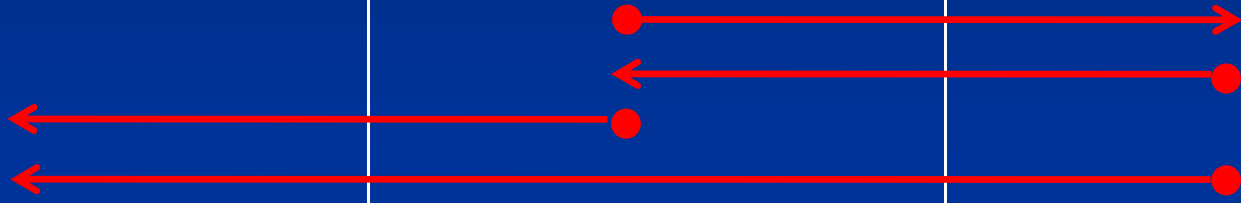
Bangladesh, Ägypten, Indonesien, Iran, Mexiko, Nigeria, Pakistan, Philippinen, Süd Korea, Türkei und Vietnam

Next 11

- „BRIC“ der Zukunft?!
- Low cost Produzenten
- Starkes, aber immer noch sehr volatiles Wachstum
- Höheres „Bruch-Risiko“ als BRIC



Treiber für die Beratung

Next 11	B(R)IC	G7
		
<ul style="list-style-type: none"> ■ „BRIC“ der Zukunft?! ■ Low cost Produzenten ■ Starkes, aber immer noch sehr volatiles Wachstum ■ Höheres „Bruch-Risiko“ als BRIC 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Expansion der globalen Wirtschaftsinteressen (China in Afrika, China kaufte VOLVO, Indien kaufte JAGUAR und Arcelor, Brasilien kaufte Burger-King und Budweiser) ■ Akquisition von Technologie, also Know-how Transfer ■ Bedarf nach geografischer Diversifikation ■ Tieferes „Bruch-Risiko“ als „Next 11“ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ „reife“ Firmen ■ Generationenwechsel stehen in grosser Anzahl an ■ Technologiegetrieben ■ Internationaler Fokus ■ Höhere Produktionskosten

Triebkräfte in der Branche

Ausblick: Makro & Mikro

Die Ressource “Mensch”

SEP – Strategische Erfolgspositionen

Diskussion, Fragen, Antworten

Der “Homo Occidentalis”

Gemeint sind Alle!

→ Mandanten, Berater, Angestellte, (leider zu)viele Unternehmer

Der „Homo Occidentalis“ in der Tendenz...

- Denkt (zu) oft an Vermögenssicherung statt an Vermögens-ausbau
- zu Sicherheitsgetrieben, zu wenig risikofreudig
- Gesättigt & bequem – nicht mehr “hungrig”

Der “Homo Occidentalis”

- Leistung, Disziplin, Fleiss, Verzicht → gelten als neue “Fremdwörter”
- zu viele Leute denken in “Ansprüchen” und nicht in “Aufgaben”
- Bildlich: zu viele “Golfer”, zu wenig “Fussballer”! (Egoismus vs. Team)
- Belastbarkeit der Leute nimmt ständig ab
- “Vollkasko-Mentalität” breitet sich aus

Rekrutierung

- Die Rekrutierung von tüchtigen, willigen & fähigen Leuten wird eine grosse Herausforderung bleiben
- Kampf um Talente: Preiskrieg treibt Personalkosten nach oben und die Loyalität sinkt
- Kleinere Firmen haben ungleich weniger finanzielle Mittel als die Grossen
- "Empowerment" des Teams als Trumpf in der Hand des Unternehmers

Rekrutierung

- “Unternehmer-Modelle” sind für kleinere Firmen eine grosse Chance, um gute Leute anzuziehen & binden
- Karrierepläne mit Team vereinbaren:
→ Weiterbildung & Ausland & Sprachen
- Nachwuchs frühzeitig zu Mit-Eigentümern machen
- Unternehmens-Nachfolge rechtzeitig einleiten
- Kleinere Firmen sollen/können/müssen Netzwerke und Kooperationen bilden, um fachliche & personelle Lücken zu schliessen (→ GGI)

Triebkräfte in der Branche

Ausblick: Makro & Mikro

Die Ressource “Mensch”

SEP – Strategische Erfolgspositionen

Diskussion, Fragen, Antworten

SEP – Strategische Erfolgspositionen

“SBB” ist gefragt!

Aber nicht diese SBB...



SEP – Strategische Erfolgspositionen

Sondern diese “SBB”:
Schneller - Besser - Billiger

Plan A

Sie haben 3 von 3 =
(kommt selten vor)

Sie verschenken den Rolls Royce täglich!
(→ hören Sie umgehend auf zu arbeiten
und werden gleich Philantrop)

Plan B

Sie haben 0 von 3 =
(kommt zu oft vor)

Sie haben keine Berechtigung, am Markt
zu sein(→ Sie sind langsamer, schlechter
und teurer als Ihre Konkurrenten)

Plan C

Sie haben 1 von 3 =
(ist die Regel)

irgendwo müssen Sie ja gut sein (→ sonst
droht Plan B)

SEP – Strategische Erfolgspositionen

Plan D

BINGO! Sie haben 2 von 3 = Sie sind optimal im Rennen!

will heißen:

Lieber **teurer** (dafür **schneller & besser**), als **billiger** (dafür **langsamer & schlechter**) – sagen Sie dies Ihren Mandanten ruhig wieder einmal, wenn über Honorare gejammert wird!

SEP – Strategische Erfolgspositionen

Fazit:

**Guter Rat ist teuer –
schlechter Rat ist noch teurer!**

SEP – Strategische Erfolgspositionen

“SBB” - **Schneller** werden durch:

Einbindung der Ressourcen der Mandanten

Konzentration auf “Veredelungsprozesse”

täglich Freiräume für “Ad hoc” Bedürfnisse bereit halten

der Tag hat mehr als 8 Stunden – punktuell 10 oder 12 Stunden
Arbeit klug aufgeteilt bringen mehr, als 2 Tage an einer Sache
zu arbeiten

als Kompensation: genug Urlaub (z. B. 8 Wochen p.a.) &
schon im 4. Quartal des Vorjahres fix einplanen → z.B. 1 Woche
mehr Urlaub pro Jahr sind 20 Minuten pro Tag mehr Arbeit
(Primat der Zeit über dem Primat des Geldes)

SEP – Strategische Erfolgspositionen

“**SBB**” - **Besser** werden durch:

Wissen & Knowledge-Management:
z. B. GGI-Practice-Groups

Innovation: Querdenken fordern & fördern

Qualität / Reputation: hohe Güte der Arbeit, keine
Kompromisse dulden!

Netzwerke & Allianzen nutzen: die Multiplikation von x-mal
“klein & fein”, z. B. via GGI

Kommunikation: “tue Gutes und sprich darüber”

Triebkräfte in der Branche

Ausblick: Makro & Mikro

Die Ressource “Mensch”

SEP – Strategische Erfolgspositionen

Diskussion, Fragen, Antworten

Herzlichen Dank für's Mitmachen!



Walser & Partner AG