



## **XVII. Bonner Management Forum**

im Wissenschaftszentrum des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft in Bonn

### **„Die Kunst der Improvisation – Flexibilität in schwierigen Zeiten!“**

**- Zusammenfassung -**

Prof. Dr. Jens Böcker

## Rüdiger Peters, L´TUR Tourismus AG

- „Krisenjahre sind last minute Jahre.“
- Marktanforderungen ändern sich massiv und schnell: Später buchen, Singles reisen, Kurzstrecken, Fokus auf das günstigste Angebot.
- Wettbewerber ziehen sich zurück, L´TUR zeigt Stärke:  
„Die Konkurrenz schocken!“
- Die Resultate der Vorwärtsstrategie sind messbar:  
Conversion Rate + 70 %; Exit Rate - 28 % !

## Helmut Graf, Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG

- Die Rahmenbedingungen werden härter: Werbeverbote, schrumpfende Zielgruppen, sinkender Umsatz pro Titel.
- Verlage müssen sich permanent anpassen – Stillstand ist nicht erlaubt.
- Konsequenzen / Antworten:
  - flexible Organisation (durch Outsourcing)
  - Risikostreuung im Produktportfolio / Forcierung neuer Ideen
  - Verbesserung der Kundenrentabilität
  - klare Kostentransparenz
  - Investition in die Mitarbeiter

## **Dr. Renatus Capek, ATOMIC Austria GmbH**

- Leidenschaft ist die beste Voraussetzung für Markterfolg. Schwierige Situationen setzen Kräfte frei.
- Auch wenn sich der Markt ändert, zeigen sich neue Wachstumsmöglichkeiten (Rental-Ski) und Chancen, eigene Impulse zu setzen.
- Der Paradigmenwechsel äußert sich in folgenden Punkten:
  - von der Produktions- zur Markt- / Nachfrageorientierung
  - von me-too zur Innovation
  - von der nationalen zur internationalen Marke

## **Dr. Stefan Bungart, Deutsche Telekom AG**

- In Krisen verfallen Manager in angelernte Verhaltensweisen:  
„Schotten dichtmachen“, d.h. das Kerngeschäft wird zu Lasten der  
„Perspektive“ geschützt.
- Kundennähe und Investitionen in das zukünftige Produktportfolio  
verlieren in schwierigen Zeiten an Bedeutung.
- Wichtig ist die Sicherstellung eines „Kreativitätsklimas“. Nicht „not  
invented here“, sondern Offenheit für neue Ideen.
- „Unternehmen sollten sich nicht selbst aus ihren Märkten sparen.“

## Ralf Kuron, Hewlett-Packard GmbH

- Innovation ist der zentrale Treiber von Veränderungsprozessen. Dazu gehört unternehmerischer Mut.
- Gerade in Krisenzeiten sind Vision, Strategie und Investitionen in das zukünftige Produktportfolio überlebenswichtig.
- Kunden haben andere Anforderungen an die IT: Flexibilität und Skalierbarkeit zu günstigeren (operativen) Kosten. Anbieter müssen mit neuen Geschäftsmodellen antworten. (Outsourcing)

## Fazit

Wenn der Sturm kommt, bauen die Einen Mauern  
und die Anderen Windmühlen.

**Lassen Sie uns Windmühlen bauen!**



Vielen Dank und auf Wiedersehen beim  
**XVIII. Bonner Management Forum**  
am Donnerstag, den 19. November 2009

Herzlichst, Ihr 