



Management-Forum

Persönliche Einladung

Strategisches Management und innovative Finanzierung

**Unternehmen marktorientiert ausrichten
und intelligent finanzieren**

Mit Beiträgen von:

Georg Brandner (ICG Infora Consulting Group),
Andreas Reinthaler (R.W.R. Managementfund Consulting GmbH.)

Moderation: Dietmar Bodingbauer (ICG Infora Consulting Group)

Freitag, 16. April 2004, 9.00–11.30 Uhr
Industriellenvereinigung, Urbansaal,
1030 Wien, Schwarzenbergplatz 4
Bei freiem Eintritt



Infora Consulting Group



Managementfund-Consulting



Strategie ist wieder „in“!

In Österreich steigt endlich die Innovationsrate. Neue Produkte und Dienstleistungen werden entwickelt. Nicht zuletzt steigt das Wirtschaftswachstum auch hierzulande wieder.

Damit rücken – nach jahrelanger Konzentration auf Kostensenkung – strategische Themen wieder in den Vordergrund, Fokussierung auf das Kerngeschäft, Erhaltung und Ausbau von Kernkompetenzen, Aufbau neuer Vertriebsstrukturen, etc. sind die Themen die viele Unternehmen heute beschäftigen.

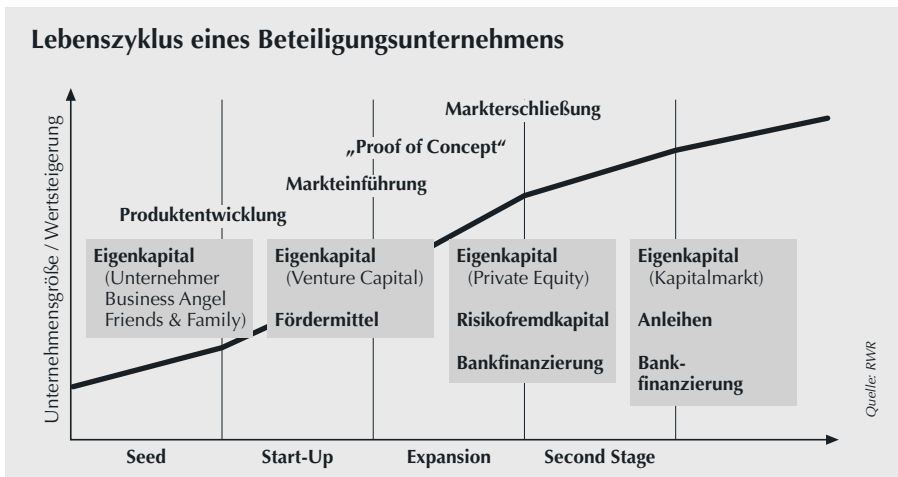
Es gibt wenig Zeit für strategisches Management

Eine von der ICG Infora Consulting Group durchgeführte Studie zeigt, dass in den meisten befragten Unternehmen nur sehr wenig Zeit für strategisches Management zur Verfügung steht. Gute Strategien brauchen aber eine scharfe Wahrnehmung der Marktsituation und intensive Auseinandersetzungen mit den Erfolgsfaktoren des eigenen Geschäftes.

Gleichzeitig wird der kommunikative Aufwand zur strategischen Ausrichtung eines Unternehmens immer größer.

Erfolgreiche Strategien müssen von den Führungskräften und Mitarbeitern verstanden und mit Begeisterung getragen werden. Eine klare Vorstellung, welchen Nutzen man für die Kunden stiften möchte (Mission) und wie das Unternehmen in fünf Jahren aussehen soll (Vision) gibt Mitarbeitern Stabilität und Orientierung.

Wie soll das zusammenpassen? Der Vortrag von ICG zeigt Wege auf, wie zumindest 4 grundlegende strategische Handlungsfelder in den Alltag des Unternehmensgeschehen integriert werden können und so das strategische Management gestärkt wird.



Methoden für ein wirkungsvolles strategisches Management

Strategisches Management muss folgende Grundfunktionen erfüllen: neue Geschäfte generieren, bestehende optimieren und alte Geschäfte schließen. Auch wenn in schwierigen Zeiten ein Schwerpunkt in der Optimierung bestehender Geschäfte liegt, kann man einiges tun, um neue Geschäftsideen zu generieren. Zwei Fragen sind dabei entscheidend:

- ▶ Wie lassen sich Zukunftsgeschäfte aufspüren, aufbauen und rasch in Erfolge umsetzen?
- ▶ Wie gelingt es trotz Ergebnisdruck ausreichende Energie und Freiraum für die Entwicklung von künftigen Erfolgspotenzialen zu schaffen?

Strategisches Management und innovative Finanzierung

Strategisches Management bedingt innovative Finanzierungsformen. Zur Finanzierung von neuen Geschäftsfeldern sind oftmals klassische Finanzierungsformen

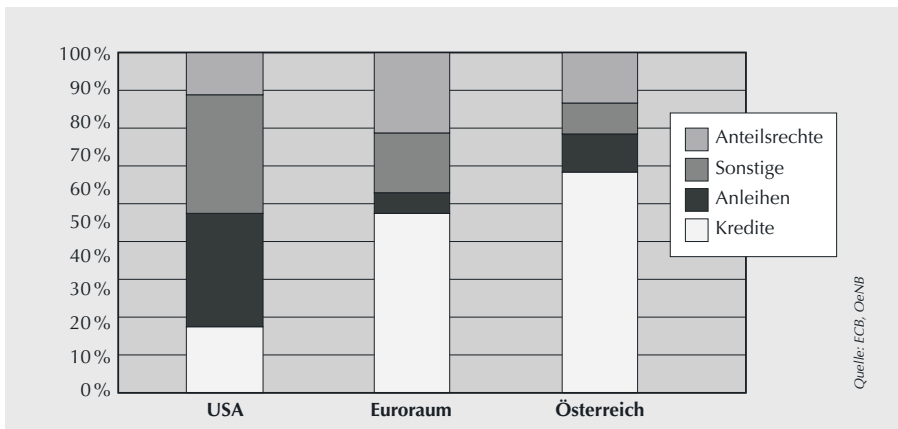
für die Umsetzung der Projekte nicht mehr ausreichend. Abhängig vom Unternehmens-/ (Projekt-) Lebenszyklus fordert der Bereich innovative Finanzierung vom Unternehmer und dessen Berater neue Methodiken zur Analyse, Diagnose und Problemlösung im Bereich „corporate finance“ zu entwickeln und umzusetzen.

Innovation ist die planvolle, zielgerichtete Erneuerung bereits bestehender sozialer Systeme durch Anwendung neuer Ideen und Techniken; Erzeugung und Einführung neuer Produkte, Produktionsmethoden, Organisationsformen in der Wirtschaft

Finanzierung

1. Im engeren Sinne: Beschaffung von Eigen- und Fremdkapital zur Aufrechterhaltung des laufenden Geschäftsbetriebes und zur Durchführung von Investitionen.
2. Im weiteren Sinne: Steuerung des gesamten Zahlungsmittelbereichs, um Illiquidität zu vermeiden

Ein besonderer Schwerpunkt dabei ist insbesondere die Bewusstmachung von



Schnittstellen zu anderen Unternehmensbereiche.

Im Vorfeld der Finanzierung ist es wesentlich, die verschiedenen Instrumente der Außenfinanzierung und die Anwendung derselben in den verschiedenen Phasen der Unternehmensfinanzierung näher zu betrachten.

Um eine Entscheidung treffen zu können, welche Finanzierungsformen von Unternehmern gewählt werden sollten, werden die Instrumente des Kapitalmarktes, des Private Equity Marktes und des mittlerweile komplexen Förderumfeldes eingehenden Analysen unterzogen. Dabei werden grundsätzliche Fragen bei Förderungen, Garantien und Haftungen geklärt.

Die wesentlichen Fragen die zu beantworten sind lauten:

Wo gibt es Förderpotenziale, welche Kriterien sind für die Förderwürdigkeit entscheidend, wie wird gefördert und welche Kosten können gefördert werden?

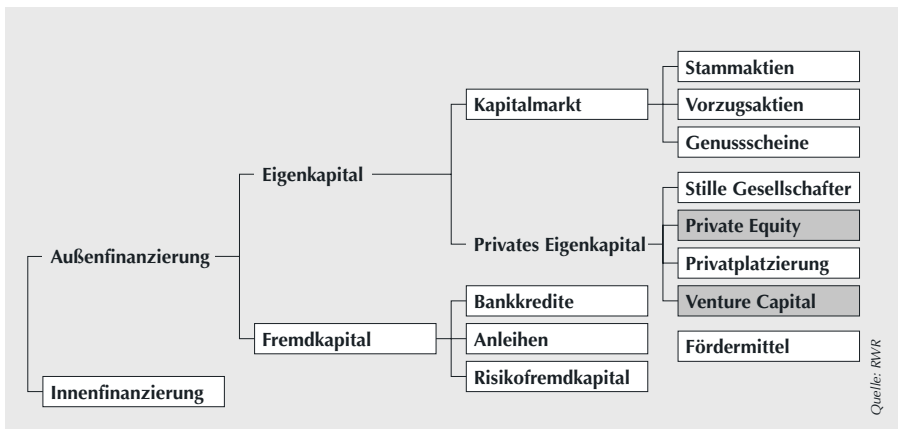
Österreichische Unternehmen sind im internationalen Vergleich überproportional fremdfinanziert.

Die konventionelle Fremdkapitalfinanzierung insbesondere für risikoreiche Projekte und Unternehmen wird durch die Beschlüsse von BASEL II an Bedeutung verlieren. Die Unternehmen sind gefordert, abhängig von den verschiedenen Anlassfällen der Finanzierungen eine optimale Finanzierungskombination anzustreben.

Bei den Anlassfällen von Finanzierungen werden die aufkommenden Probleme erläutert und die bestmöglichen Handlungsalternativen aufgezeigt. Ein wesentliches Instrumentarium von innovativen Finanzierungen sind Unternehmensbeteiligungen.

Folgende Gründe sprechen für innovative Finanzierungsmöglichkeiten

- ▶ Erhöhung (Verbesserung) des Eigenkapitals
- ▶ Verbesserte Finanzierungsstruktur
- ▶ Geschonte Eigenmittel
- ▶ Kürzen der Bilanzsumme



Future Network Eventvorschau Management Foren

4. Mai 2004

Sicherheit ganzheitlich betrachtet

Informationen sind Werte, die genauso wie die übrigen Geschäftswerte wertvoll für eine Organisation sind und infolgedessen in geeigneter Weise geschützt werden müssen. Informationssicherheit schützt Informationen vor einer Vielzahl von Bedrohungen. Sie soll die Aufrechterhaltung des Geschäftsbetriebs sicherstellen, geschäftsschädigende Einflüsse niedrig halten sowie die Investitionsrentabilität und die Geschäftsangelegenheiten maximieren.

Informationssicherheit wird im Wesentlichen verstanden als: Vertraulichkeit, Integrität, Verfügbarkeit.

Referenten:

Gerhard Brandstätter (Meta Group), **Herfried Geyer** (Siemens Business Services), **Erich Scheiber** (CIS-CERT), **Helmut Stärker** (OVE)

18. Mai 2004

Arbeiten/Verkaufen und Lernen als zwei Seiten der Medaille der „Mitarbeiter-Leistung“

Die Zeit für eine von der Arbeitszeit getrennte Lernaktivität fehlt zunehmend. Mitarbeiter brauchen Information zum Zeitpunkt des Problemfalles – Communities of Practice, Action Learning, Learning on Demand u. ä. sind die methodischen Antworten auf den geänderten Context. Arbeit und Lernen verschmelzen.

Größerer Marktdruck erfordert mehr Umsatz – Unternehmenskommunikation als „neuer Lernkanal“ für Kundenbindung und gewünschtes Käuferverhalten. Marktkommunikation und Lernen verschmelzen – der Werbespot wird zum Lernvideo mit der Botschaft „Lerne, welch gutes Produkt ich bin und kaufe mich“. Umgekehrt wird Learning Content über die Darstellung der Lerninhalte hinaus mit motivatorischen Komponenten angereichert und bekommt häufig Fun Charakter – die Identifikation der Mitarbeiter mit dem eigenen Produkt wird erhöht.

Referenten:

Ines Esterkova (OMV CZ), **Julia Michl** (Fachhochschule), **Horst Krieger** (seeyou), **Barbara Saxinger** (BA-CA), **Haider Shnawa** (Microsoft), **Marion Tschirk** (seeyou)

An
Future Network
Kaiserstraße 14/2
1070 Wien
Tel.: (01) 522 36 36-37
Fax: (01) 522 36 36-10
E-Mail: registration@future-network.at
<http://www.future-network.at>

ANMELDUNG

Ja, ich möchte am Management-Forum „Strategisches Management und innovative Finanzierung“ am 16. April 2004 bei freiem Eintritt teilnehmen.

Firma:

Name:

Straße:

PLZ/Ort:

Tel./Fax:

E-Mail:

Oder legen Sie einfach Ihre Visitenkarte bei!
Anmeldeschluss: 14. April 2004

Beschränkte Teilnehmerzahl. Anmeldebestätigung erforderlich.

Das Future Network behält sich vor, Besucher ohne Teilnahmebestätigung abzuweisen.

Senden Sie mir bitte Informationen über das Future Network:

Zielgruppe: Unternehmensleitung, Controlling, Finanzen, IT-Entscheider, IT-Vorstand, IT-Verantwortliche, Vertreter von Medien, Vertreter der Wissenschaft