

Haben Geschäftsmodelle ein Verfallsdatum?

07.11.2012, 17:53 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *FRANKEN-CONSULTING*

Presseagentur: *FRANKEN-CONSULTING*



Andreas Franken, Managementberater

„Wenn ich die Menschen gefragt hätte was sie wollen, hätten sie gesagt, schnellere Pferde.“ Henry Ford macht mit seinem berühmt gewordenen Zitat klar, dass ein Designer eines erfolgreichen Geschäftsmodells mit seiner schöpferischen visionären Kraft oftmals allein ist, da viele seiner Zeitgenossen in alten Denkstrukturen, Gewohnheiten und Vorstellungen verhaftet sind. „Das Neue“ muss stets mit „dem Alten“ konkurrieren und da „das Alte“ meistens viele Anhänger hat, die von ihm finanziell profitieren oder auch aus Bequemlichkeit an ihm festhalten, setzt sich so manche gute Idee gegen die vielen Widersacher nur langsam oder auch gar nicht durch.

Pferdezüchter und Pferdehändler, Hersteller von Kutschen und deren Händler, Betreiber von Zubehör-Firmen, Schmiede, Sattler, Pferdekarren basierte Transportunternehmen, Kutscher und viele weitere Profiteure der alten Technologie hatten gar kein Interesse daran, dass man ihr gewohntes Leben auf den Kopf stellt.

Dieses Beispiel steht für viele weitere Szenarien, in deren Rahmen völlig neue Rahmenbedingungen auf der Basis von Innovationen erschaffen wurden. Denken Sie nur an Elektrizität, Computer und Internet. Was ist aus der klassischen Schreibmaschine oder Speicherschreibmaschine geworden und welche Bedeutung hat heute noch ein Telefaxgerät, verglichen mit seinem damaligen Glanz? Wie hat sich die Druckindustrie verändert, wie wird heute geworben und wie funktioniert moderner Handel?

Mit diesem Artikel soll aber nicht für die bessere Durchsetzbarkeit von Innovationen geworben werden. Im Fokus der Betrachtung stehen vielmehr die vielen ehemals sehr erfolgreichen Unternehmen mit ihren unzähligen Mitarbeitern und deren Familien. Aufgrund mangelnder Bereitschaft und /oder Fähigkeit zur Veränderung sind seinerzeit renommierte Unternehmen und Konzerne einfach verschwunden.

Es dängt sich nunmehr eine ganz einfache Frage auf: Hätte der Untergang dieser vielen Firmen verhindert werden können?

Naturgemäß unterliegen auch Unternehmen den Gesetzen von Wachstum und Niedergang. Verglichen mit einem organischen Subjekt haben Unternehmen allerdings den Vorteil, sich in Teilbereichen und bei Bedarf auch von Grund auf erneuern zu können. So können sich Unternehmen auf Trends, sich verändernde Märkte und die Veränderung weiterer Rahmenbedingungen durch Anpassungen in puncto Strategie, Taktik und Operational Excellence einstellen. Unternehmen können neues Wissen adaptieren, Ressourcen anpassen, Allianzen eingehen und taktieren.

Die (leitenden) Mitarbeiter sind es häufig, die erforderliche Veränderungen aufgrund mangelndem Anpassungswillen oder nicht vorhandenem Anpassungsvermögen verhindern. Mit Letzterem ist gemeint, dass manche Verantwortliche oftmals überhaupt nicht erkennen, dass sich die für sie und ihre Unternehmen relevanten Rahmenbedingungen bedrohlich verändern. Hierdurch werden Unternehmenswerte durch Unterlassung erforderlicher Geschäftsmodellanpassungen (fahrlässig) vernichtet.

Jeder verantwortungsbewusste Unternehmenslenker muss sich quasi ständig mit folgender Frage befassen: Mit welchen Leistungen, Produkt- und Lösungsangeboten und welcher Form der jeweiligen Marktbearbeitung werden wir zukünftig in welchen Marktsegmenten welche Erfolge/Rentabilität erzielen? Die aus dieser Frage resultierenden Antworten sind die Basis für permanente Optimierungen am bestehenden Geschäftsmodell bzw. den bestehenden Geschäftsmodellen.

Als Fazit ist festzuhalten, dass Geschäftsmodelle sehr wohl ein Verfallsdatum haben und demzufolge permanent anzupassen sind. Der gute Teil der Nachricht lautet: Geschäftsmodelle sind nicht gleich Unternehmen, denn ein Unternehmen ist mehr als sein Geschäftsmodell. Das aktuelle Geschäftsmodell eines Unternehmens ist nicht mehr als ein derzeit mehr oder weniger erfolgreiches Verfahren, Produktivität zu generieren. So wie sich die Rahmenbedingungen verändern, müssen auch Geschäftsmodelle angepasst werden. Ein Unternehmen kann zeitgleich mehrere Geschäftsmodelle betreiben und muss sich von den Geschäftsmodellen trennen, die ihr Verfallsdatum erreicht haben und wirtschaftlich nicht zu retten sind. Allerdings sollte dies die Existenz des Unternehmens nicht gefährden, denn ein gut geführtes Unternehmen betreibt stets zumindest ein gut funktionierendes und zukunftsfähiges Geschäftsmodell. Ein Unternehmen ist eben mehr als sein Geschäftsmodell.

Portrait

FRANKEN-CONSULTING ist Spezialist für Strategie, Marketing und Vertrieb und befasst sich mit den Themen Wachstum, Restrukturierung und Ausgründung.

Zitat: Über 25 spannende Jahre als Manager und Managementberater und mehr als 250 Beratungs- und Implementierungsprojekte sind die solide Basis, unsere Kunden nachhaltig erfolgreich bei der Wertentwicklung Ihrer Unternehmen zu unterstützen.

News-ID: 677055 • Views: 118 (Stand: 06.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/677055/Haben-Geschaeftsmodelle-ein-Verfallsdatum.html>