

## EDITORIAL



**Verehrte Leser,**

Um Unternehmen langfristig in die Erfolgsspur zu bringen oder auf Kurs

zu halten, bedarf es nachhaltiger Planung. Allem voran ist es wichtig, Visionen für das Unternehmen zu entwickeln. Denn aus Visionen werden konkrete Strategien für die langfristige Unternehmensentwicklung abgeleitet, die sich im mittel- und kurzfristigen Geschäft umsetzen lassen. Positiver Nebeneffekt: Wer sich Ziele setzt und diese verfolgt, bleibt immer in Bewegung – frei nach dem Motto: „Immer im Werden, nie im Sein.“ Für eine nachhaltig wirkende Vision braucht es allerdings mehr. Nicht nur die faktensichere Beschreibung eines erstrebenswerten Zustandes und der Weg dorthin sind gefragt. Auch müssen die Visionen zu grundlegenden Werten und zentralem Zweck des Unternehmens passen. Eine stimmige Vision aber orientiert und begeistert vor allem die Mitarbeiter. Auch wenn jeder weiß, wie schwierig es sein kann, diese Vision zu erreichen – gerade daraus erhält sie ihre unwiderstehliche Spannung und Kraft.

Ihr

*Bernd Bosbach*  
Bernd Bosbach  
Geschäftsführer MOVE<sup>2</sup>profit



**Zukunft voraus: Vom Reiz und Wert visionärer und fixer Etappenziele**

## Wo sind die Visionen?

**G**eprägt von Absatz, Umsatz, Erwartung und einem eingefahrenen Tagesablauf, schaffen es Führungskräfte häufig nur, einen Blick ins kommende Jahr zu werfen. Wen wundert's? Der unternehmerische Alltagstrott diktiert eben immer vermeintlich Wichtigeres als Visionen, ihre Entwicklung und Verfolgung. Bei Unternehmen, egal ob klein oder groß, inhabergeführt oder geleitet vom Geschäftsführer, stellt man sich zu selten die Frage: Wo wollen wir in zehn Jahren stehen? Denn nur so lässt sich Zukunft aktiv gestalten, so lassen sich Trends und Entwicklungen in die eigene Strategie einflechten.

### **Vision – Strategie – Taktik – Umsetzung**

Für eine nachhaltig wirkende Vision braucht es allerdings mehr. Sie zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass die

Unternehmenslenker in der Lage sind, aus ihr konkrete Zwischenziele abzuleiten – lang-, mittel- und kurzfristige. Die gesteckten Wegmarken können und sollten deduktiv aus der Vision abgeleitet werden: die Strategie mit einem Zeithorizont von 3-8 Jahren, daraus die operativen Pläne (2-4 Jahre), daraus wiederum die zu ergreifenden, taktischen Maßnahmen (0-1 Jahre).

### **Mitarbeiter involvieren – Ziele konkret formulieren**

Visionen und Ziele werden heutzutage immer weniger vorgegeben. Da Mitarbeiter die Unternehmens-Visionen mit Leben füllen und Ziele mit aller Energie verfolgen sollen, ist es konsequent, sie an der Entstehung der Vision und Ziele zu beteiligen. Klare Ziele, auf die sich alle verständigt haben, sind für eine motivierte Arbeitsatmosphäre unerlässlich. Nur wer weiß, worauf er

hinarbeitet, kann dies auch effektiv tun. Dabei ist es wichtig, sowohl die taktischen Kurzzeitziele zu formulieren, als auch die mittel- und langfristigen Ziele anzugehen.

### **Regelmäßiger Austausch auf dem Weg zum Ziel**

In vielen Unternehmen gibt es mittlerweile regelmäßige Treffen, um sich über die Vision und die strategischen, operativen und taktischen Ziele auszutauschen. Solche Treffen machen durchaus Sinn. So können Fragen, Bedenken und Zweifel geäußert, neue Erkenntnisse und Erfahrungen ausgetauscht sowie neue Möglichkeiten und Ideen diskutiert werden. Denkbar ist, dass am Ende eines solchen Treffens Ziele möglicherweise umformuliert oder ergänzt werden. Bei einer Vision wird das in der Regel nicht der Fall sein, weil sie durch kleinere Änderungen nicht beeinflusst wird.

### IMPRESSUM

**Herausgeber:**  
MOVE<sup>2</sup>profit GmbH & Co. KG  
Hauptstraße 16  
D-51491 Overath  
Telefon +49 (0) 2206 . 91 22 24  
info@move2profit.de  
www.move2profit.de

**V.i.S.d.P.:** MOVE<sup>2</sup>profit GmbH & Co. KG

**Konzept, Redaktion, Layout und Realisation:** MEDIABRIDGES® GmbH

MOVE<sup>2</sup>profit ist langjähriger Partner der Johann Breidohr GmbH

# Vollstes Vertrauen

Schon beim Betreten der vier Lebensmittelmärkte merkt man den Unterschied: Bei Breidohr's Frische-Center ist alles etwas großzügiger, etwas übersichtlicher und etwas ansprechender. Das Sortiment an ausgesuchten Lebensmitteln ist üppig – inklusive Spezialitäten aus der ganzen Welt. Ja, hier wird der tägliche Einkauf zu einem Genuss für die Sinne, es macht einfach Spaß. Und eine Vielzahl kompetenter und hilfsbereiter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter garantieren guten Service und freundliche Beratung.

## Externe Unterstützung

In der eigenen Verwaltung setzt die Johann Breidohr GmbH allerdings auf externe Kompetenz: Die laufende Lohnabrechnung wurde an die MOVE<sup>2</sup>profit GmbH & Co. KG ausgelagert. Breidohr-Ge-



Die Johann Breidohr GmbH ist Betreiberin von vier Lebensmittelmärkten in Bergisch Gladbach, Hilden, Kürten und Rösrath. 250 Mitarbeiter kümmern sich in den Filialen um die Umsetzung des Mottos der Lebensmittel-Experten: „Breidohr's Frische-Center – Leben mit Genuss“.



schäftsführer Rainer Schwarz: „Wir arbeiten seit Januar 2006 mit MOVE<sup>2</sup>profit zusammen und sind mit Ablauf und Ergebnissen rundum zufrieden. Das ist für uns die optimale Lösung: Herr Haase und seine Kollegen machen einen hervorragenden Job.“ Denn die Argumente für die „Externe Abrechnungsstelle“ sind vielfältig: Klar kalkulierbare Kosten bzw. leistungsorientierte Entlohnung, Zeitersparnis für das eigene Personal, keine Ausfälle durch z. B. Krankheit und verstärkte Kompetenz im

Hause durch fundiertes Fachwissen der externen „Mitarbeiter“, die intern für Ordnung sorgen.

## Support von A bis Z

Daniel Haase, der bei MOVE<sup>2</sup>profit als versierter „Jongleur der Zahlen“ geführt wird, ist bei Breidohr's gut beschäftigt: „Es geht hier nicht allein um das fristgerechte Verbuchen der laufenden Lohnabrechnung. Wir erledigen für die Fa. Johann Breidohr GmbH die unterschiedlichsten Tätigkeiten, die mit Personal zu tun haben. Von A wie Anwesenheit bis Z wie Zeugnis.“ Mindestens einen Tag in der Woche befasst sich Daniel Haase ausschließlich und direkt mit der Breidohr GmbH – auch um zu informieren und die Geschäftsleitung für neue Themen zu sensibilisieren. Und das wird auch erwartet, denn hohe Durchsätze sind bei Breidohr an der Tagesordnung, da sind schnelle Reaktionszeiten des Partners für Controlling, Personal und Zahlungsverkehr unabdingbar. Geschäftsführer Rainer Schwarz: „Von Anfang an passte alles perfekt. Wir arbeiten auf ganz kurzem Wege miteinander und haben ein besonderes Vertrauensverhältnis aufgebaut – ohne das geht es aber wohl auch nicht.“

## 250 Mitarbeiter im Blick

Der umfassende Blick auf Controlling, Personal und Zahlungsverkehr fängt bei den Anstellungsverträgen an, die

für alle Auszubildenden und Angestellte je nach Vorgaben individuell gestaltet sein müssen: Aushilfe, Teilzeit, Vollzeit, Tarif, Außer Tarif. Die Firma Johann Breidohr GmbH beschäftigt über 250 Mitarbeiter. Regelmäßige Meldungen an Sozialversicherungen, Behörden und Krankenkassen gehören ebenso zum Arbeitsfeld von MOVE<sup>2</sup>profit wie das Vorbereiten der Zahlungsdateien für Bank, Krankenkassen und Finanzamt. Immer im Fokus von Daniel Haase: die aktuellsten gesetzlichen und versicherungstechnischen Bestimmungen, die es strikt einzuhalten gilt.

## Bei Prüfung Knopfdruck

Zum „hervorragenden Job“ zählt auch die Verfolgung der Zahlungseingänge inklusive kaufmännisches Mahnwesen und die Vorbereitung der regelmäßig anfallenden Prüfungen durch Krankenkassen, Berufsgenossenschaften und Finanzamt. Kein großer Aufwand für das Team von MOVE<sup>2</sup>profit, das bei nahezu allen relevanten Bereichen monatliche und jährliche Auswertungen und Statistiken mitliefert. Im Fall anstehender Prüfungen können die erforderlichen Daten mit einem einfachen Knopfdruck abgerufen werden.



## NACHGEFRAGT

### PSG Plastic Service GmbH

Die PSG Plastic Service GmbH (Mannheim) ist seit einem Jahr Kunde von M<sup>2</sup>p. PSG entwickelt, produziert und vermarktet Technik für die Herstellung von Kunststoffprodukten. Branchenschwerpunkte: Automobil, Medizin, Verschlüsse, Transport. Im Interview: PSG-Geschäftsführer Thomas Jahn.

**Move it:** Herr Jahn, wie sind Sie auf M<sup>2</sup>p aufmerksam geworden?

**Thomas Jahn:** Durch Empfehlung – und zwar von anderen Anwendern, die auch die Software pro-ALPHA benutzen.

**Move it:** Was sind die Tätigkeitsschwerpunkte von M<sup>2</sup>p in Ihrem Hause?

**Thomas Jahn:** Die Abbildung und Implementierung eines Betriebsabrechnungsbogens (BAB) im ERP-System proALPHA. Ziele sind Aufbau und Erstellung eines einheitlichen Kalkulationsschemas für Produkt-, Vor- und Nachkalkulationen sowie einer Produktbereichsergebnisrechnung.

**Move it:** Was sind Ihre Argumente für M<sup>2</sup>p?

**Thomas Jahn:** Der Erfahrungsschatz aus der betrieblichen Praxis und die Kompetenz der M<sup>2</sup>p-Mitarbeiter. Sie sind gut ausgebildet – aber keine Theoretiker. Sie arbeiten sehr selbstständig an ihren Themen und verstehen es, die Dinge verständlich und eingängig zu moderieren. Zumal sie eine ausgeprägte Umsetzungskompetenz mitbringen.

