



Unternehmensführung im Handel

QUALIFIZIERUNGSPROGRAMM FÜR UNTERNEHMER, NACHFOLGER UND FÜHRUNGSKRÄFTE

Dieses Angebot hat den Anspruch einer ganzheitlichen Qualifizierung von Unternehmerinnen und Unternehmern bzw. deren Nachfolgern sowie von Führungskräften im mittelständischen Einzelhandel. Über einen Zeitraum von 18 Monaten (je 12 Tage im ersten und zweiten Jahr) werden in fünf aufeinander bezogenen Seminarblöcken die zentralen Fragen der Unternehmensführung behandelt: Ausgehend von den Unternehmensstrategien gibt es vertiefende Einheiten zu den Themen Marketing, Online-Handel, Personal und Controlling. Auch die Entwicklung hin zur Unternehmerpersönlichkeit spielt in dem Konzept eine wichtige Rolle. Weiterführende Hinweise zu den Seminarinhalten finden Sie auf den Folgeseiten.

Die Verantwortung für die einzelnen Seminarblöcke liegt jeweils in den Händen von anerkannten Hochschullehrern. Freuen Sie sich auf anspruchsvolle Inhalte, die in einem Mix aus modernen und attraktiven Methoden vermittelt werden. Dazu gehören u. a. ein Handelsplanspiel, Fallstudien, Selbstreflexion, eine auf Ihr Unternehmen bezogene Projektarbeit sowie ein intensiver Erfahrungsaustausch und Feedbackprozess mit anderen Seminarteilnehmern im Rahmen sogenannter Peergroups.

IHR NUTZEN

- Sie erhalten eine anspruchsvolle, praxisbezogene und umfassende Ausbildung in zentralen Fragen des Managements. Zudem erarbeiten Sie in einer Projektarbeit spezifische Lösungen für Ihr Geschäft. Sie werden dabei durch die Referenten und durch eine Peergroup unterstützt.
- Sie erarbeiten Ihr persönliches Selbstbild und bekommen Rückmeldung, wie Sie auf andere wirken und wie Sie Ihre Unternehmerpersönlichkeit stärken können.
- Sie integrieren Ihre unternehmerischen Ziele und Strategien (Was will ich mit meinem Unternehmen erreichen?) in umfassendere Lebensziele und -strategien (Welches Leben möchte ich führen? Was will ich in meinem Leben erreichen?).
- Ein Zertifikat bestätigt Ihre erworbenen Qualifikationen.
- Durch die Kontakte mit anderen Teilnehmern bauen Sie auch über die Dauer des Seminars hinaus ein nachhaltiges Netzwerk auf.

BEWERBEN SIE SICH BIS ZUM 31. JANUAR 2012 mit Ihrem Lebenslauf, Lichtbild sowie einem Motivations schreiben, das folgende Fragen beantworten sollte:

- Welche beruflichen und persönlichen Ziele verfolgen Sie? Wo möchten Sie in 5 Jahren stehen?
- Was haben Sie zur Verwirklichung dieser Ziele bereits getan?
- Was haben Sie sich für die Zukunft vorgenommen, um Ihre Ziele zu erreichen? Und welche Bedeutung hat die Aufnahme in das Programm „Unternehmensführung im Handel“ für Sie?

Die Bewerbung ist Voraussetzung für das Auswahlgespräch, das am 2./3. März 2012 in München stattfindet.



1. BLOCK

Strategische Basisentscheidungen

Das Umfeld im mittelständischen Einzelhandel ist gekennzeichnet durch einen expansiven, häufig preisaggressiven Wettbewerb und durch teilweise dramatische Veränderungen im Einkaufsverhalten, bedingt durch gesellschaftliche, demografische und technologische Entwicklungen. Hervorzuheben ist hier gegenwärtig die außerordentliche Dynamik im Online-Handel. Insgesamt unterliegt jedes Einzelhandelsunternehmen deswegen dem Zwang zur permanenten Veränderung in allen Fragen der Unternehmensführung. In der ersten Seminarwoche werden Sie dafür mit dem erforderlichen Rüstzeug ausgestattet.

Der wichtigste Erfolgsfaktor im Mittelstand ist der Unternehmer selbst. Im ersten Teil des Seminars geht es deshalb um Fragen Ihrer persönlichen Situation und der Persönlichkeit und Persönlichkeitsentwicklung im Zusammenhang mit Ihrer individuellen Lebensplanung. Elemente einer persönlichen Lebensstrategie werden erarbeitet.

Anschließend erfolgt zunächst eine tiefgreifende Analyse des Wettbewerbsumfelds im mittelständischen Handel, um darauf aufbauend Fragen der Positionierung im Rahmen von Multichannel-Strategien zu betrachten und auch am Beispiel der teilnehmenden Unternehmen zu diskutieren. Diese Erkenntnisse führen schließlich zur Formulierung einer unternehmensspezifischen Projektarbeit, die im Verlauf des Seminars mit Unterstützung der beteiligten Referenten bearbeitet und abschließend präsentiert werden soll. In diesem Zusammenhang besteht auch die Möglichkeit, die zentralen finanz- und warenwirtschaftlichen Kennzahlen Ihres Unternehmens zu durchleuchten und mit den Benchmarks der Branche zu vergleichen.

PROGRAMM

- Persönliche Standortbestimmung (Lebenssituation und persönliches Umfeld)
- Selbstbild und Fremdbild (meine Identität, meine Stärken, meine Schwächen)
- Lebensziele, Lebensvision und Lebensplanung
- Positionierungsentscheidung und Multichannel-Strategie
- Wettbewerbsanalyse und Konsumentenverhalten
- Strategieumsetzung unter Beachtung informationstechnologischer Herausforderungen
- Finanz- und warenwirtschaftliche Kennzahlen: Unternehmensanalyse und Benchmarks
- Formulierung des Themas für eine unternehmensbezogene Projektarbeit



2. BLOCK

Handelsmarketing und Verkauf

Ein profundes Marketingwissen ist heute eine unverzichtbare Voraussetzung für erfolgreiches Verkaufen im Handel. Marketingkonzepte geben Impulse und setzen sich mit den Interessenten und Kunden umfassend auseinander. Preis, Sortiment, Werbung, Verkauf, Verkaufspersonal und Ladengestaltung – die Welt des Handels ist vielfältig und konsequent auf die Wünsche und Bedürfnisse der Zielkunden auszurichten. Nicht das „Gießkannen-Prinzip“ darf das unternehmerische Marketing steuern, sondern eine gezielte Ausrichtung auf besonders interessante Zielgruppen, um die eigenen Unternehmensziele zu erreichen. Dabei gilt es, das eigene Handelsgeschäft zur unverwechselbaren Marke zu entwickeln.

In der Marketingwoche werden Vorträge mit Fallstudien und Gruppenarbeiten kombiniert. Dort, wo es notwendig und zielführend ist, kommen auch theoretische Ansätze nicht zu kurz. Dabei wird immer wieder auf den Erfahrungen, Herausforderungen und Aufgabenstellungen der Teilnehmer aufgesetzt, um unmittelbar umsetzbare Ideen und Konzepte zu entwickeln. Jeder Teilnehmer wird am Ende der Marketingwoche über eine Vielzahl von kurz- und längerfristig umsetzbaren Ideen zur Steigerung des eigenen Unternehmenserfolges durch zielorientiertes Marketing verfügen.

SEMINARLEITUNG
Prof. Dr. Ralf T. Kreutzer

TERMIN
03.–07. September 2012
(5 Tage)

ORT
ArabellaSheraton Alpenhotel
Spitzingsee

PROGRAMM

- Marktforschung bei kleinem Budget
- Erfolgreiche Marketingkonzepte für den mittelständischen Handel
- Marketing-Instrumente erfolgreich einsetzen
- Ladengestaltung als Erfolgsfaktor
- Dialog- und Online-Marketing gezielt einsetzen
- Konzepte zur Kundengewinnung und -bindung

Handelsmanagement und Controlling

In diesem Seminarteil geht es um die ganzheitliche betriebswirtschaftliche Führung eines Handelsbetriebs. Die Teilnehmer lösen in der Rolle eines Managementteams schwierige Entscheidungssituationen. Dazu wird die computergestützte Unternehmenssimulation „RidSim“ eingesetzt. RidSim gilt als eines der inhaltlich und technisch anspruchsvollsten Programme für Unternehmenssimulationen bzw. Planspiele für das Handelsmanagement.

Simuliert werden die Veränderungen von Zielgruppensegmenten in ihren Auswirkungen auf die Positionierung von Einkaufsstätten. Einzigartig ist die detaillierte Abbildung der Sortimentssteuerung bis auf Warenebene (Category-Management-Ansatz). Darüber hinaus werden finanzwirtschaftliche Kennzahlen des Rechnungswesens (Deckungsbeiträge, Jahresüberschuss, Cashflow u. v. m.) ausgewiesen. Die Zusammenhänge lassen sich zusätzlich mithilfe einer Simulation aller Entscheidungsauswirkungen auf die Kennzahlen einer sogenannten „Balanced Scorecard“ aufzeigen. Durch die besondere Methodik eröffnet das Seminar den Zugang zum modernen betriebswirtschaftlichen Rüstzeug für Handelsmanager.

PROGRAMM

- Unternehmensplanung und -steuerung
- Kosten- und Erlöscontrolling
- Nutzung von Kennzahlen zur Entscheidungsfindung
- Einkaufsstättenpositionierung
- Sortimentssteuerung
- Systematische Entscheidungsfindung allein und im Team
- Erkennen betriebswirtschaftlicher Ursache-Wirkung-Zusammenhänge mithilfe der Unternehmenssimulation „RidSim“

SEMINARLEITUNG

Prof. Dr. Klaus Gutknecht

TERMIN

25. Februar – 01. März 2013
(5 Tage)

ORT

ArabellaSheraton Alpenhotel
Spitzingsee



Personalstrategie

Mittelständische Einzelhandelsunternehmen sind geprägt durch Menschen, die sich – im Idealfall – dafür begeistern, für ihre Kunden ein besonderes Einkaufserlebnis zu schaffen. Aus Sicht des Personalmanagements werden dafür Unternehmer, Führungskräfte und Mitarbeiter gebraucht, die klare Ziele gemeinsam verfolgen. Unerlässlich ist es daher, Ziele nicht nur an Mitarbeiter zu kommunizieren, sondern die Stärken und Potenziale aller mithilfe einer ganzheitlichen Personalstrategie auch zu nutzen. Gerade für neue Strategien und Veränderungsprozesse bedarf es der Einbindung der Mitarbeiter. Ein grundlegendes Verständnis der Personalfunktionen ist dabei genauso notwendig wie die Klarheit der eigenen Rolle im Unternehmen.

In diesem Seminar werden daher Persönlichkeitsthemen aus dem ersten Block wieder aufgegriffen, um die Rolle als Führungskraft zu reflektieren und Ansatzpunkte zur Verbesserung zu bieten. Auf Basis typischer Herausforderungen im Personalmanagement mittelständischer Einzelhandelsunternehmen lassen sich durch gemeinsame Analyse und Erfahrungsaustausch Optimierungspotenziale erkennen und bisherige Vorgehensweisen hinterfragen.

Fallstudien sowie Teilnehmerfälle ermöglichen zudem, durch Erprobung (z. B. in Gesprächsübungen) mehr Sicherheit bei der Personalführung zu gewinnen und die eigenen Handlungsmöglichkeiten zu erweitern.

PROGRAMM

- Personalmarketing und -auswahl professionell gestalten
- Besonderheiten der Personalführung und -strategie in Familienunternehmen
- Führung und Mitarbeitergespräche: Kontinuität und Klarheit der eigenen Rolle
- Fallen des Arbeitsrechts und wie man nicht hineintappt
- Zielvereinbarung und Beurteilung
- Motivation durch Geldanreize?
- Die Entwicklung von Mitarbeitern als Unternehmernaufgabe
- Change Management und lernende Organisation
- Zusammenführung: Die eigene Personalstrategie entwickeln – konkrete Ziele formulieren und angehen

SEMINARLEITUNG

Prof. Dr. Heike Schinnenburg
Dr. Otmar Pichler

TERMIN

15.–19. Juli 2013 (5 Tage)

ORT

ArabellaSheraton Alpenhotel
Spitzingsee





5. BLOCK



Präsentation und Besprechung der Projektarbeiten

In dieser zweitägigen Abschlussveranstaltung des Qualifizierungsprogramms zur Unternehmensführung im Handel stehen die im Seminarverlauf formulierten unternehmensbezogenen Projektarbeiten im Mittelpunkt. Nach einem intensiven Bearbeitungsprozess, der sich über den gesamten Seminarzeitraum vollzieht und der von den verschiedenen Referenten unterstützt und begleitet wird, stellen in dieser abschließenden Einheit alle Teilnehmer ihre Ergebnisse vor. Diese werden gemeinsam diskutiert und es erfolgt ein direktes und individuelles Feedback. Auf diese Weise ist sichergestellt, dass für jedes mitwirkende Handelsunternehmen spezifische und umsetzbare Verbesserungsvorschläge erarbeitet werden.

SEMINARLEITUNG

Prof. Dr. Dirk Funck