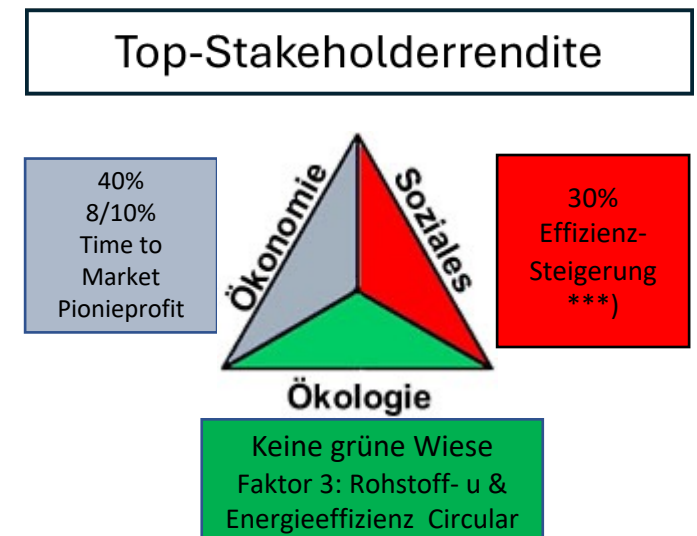


TTR Konzept;

Erhaltung und Zukunftsentwicklung von Unternehmen auf Basis von Conjoint und Mega Deal

Die Key-Accounter, die den EU-Markt bedienen wollen, müssen die Standards von A2030/SDGs/ESG erfüllen. Das gelingt nicht durch Verlagerung, sondern durch eine Zusammenarbeit über die gesamte Wertschöpfungskette, die von Key-Accountern ausgeht. Jeder Key-Accounter muss einen Wettbewerbsvorteil gegenüber seinen Konkurrenten erreichen. Das bedeutet, Massenprodukte für alle Kunden gleich werden keinem Anspruch gerecht. Dies erfordert flexible, innovative Entwicklungen und Prozesse, und somit hochmotivierte, qualifizierte, innovative Mitarbeiter. Das Humankapital ist der Schlüssel zum Erfolg. Mitarbeiter über Kosten zu definieren, gehört der Vergangenheit an. In Zusammenarbeit der Stakeholder im Sinne des § 2 Betriebsverfassungsgesetzes gilt es beim Key-Accounter die Nr. 1 zu sein und gleichzeitig die Potentiale im Unternehmen zu erschließen, welche heute der Wirtschaftlichkeit und die Effizienz schaden. Der TTR unterstützt die Stakeholder auf diesem Weg. **Die MA müssen am Erfolg teilhaben, durch zukunftsweisende Arbeit, Einkommen und Sozialstandards!**

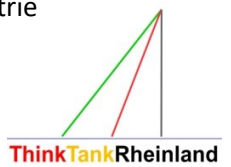


Fokus auf Kundennutzen-Partnerschaft



McKinsey & Company, inc Walberberger Gesprächskreis Dr. Ulrich Horsmann 29.01.1998

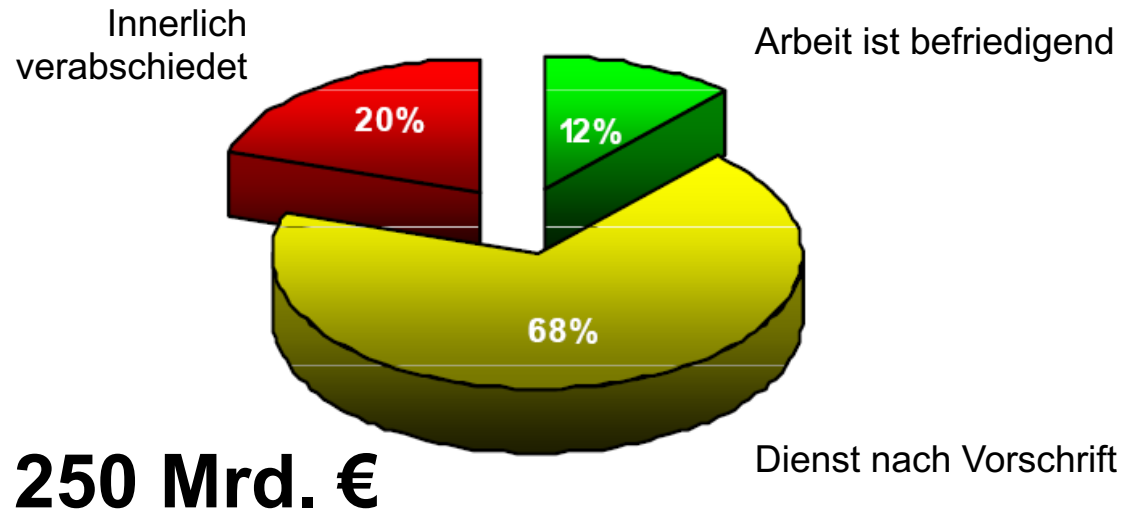
WinWin-Tool



$$1+1=3+1=5+1=7... + n = 2n+1$$

Win-Win für alle,
auch für Kunden

Jährlich durchgeführte Gallup-Studie

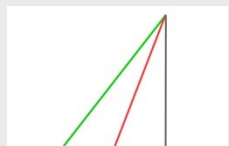
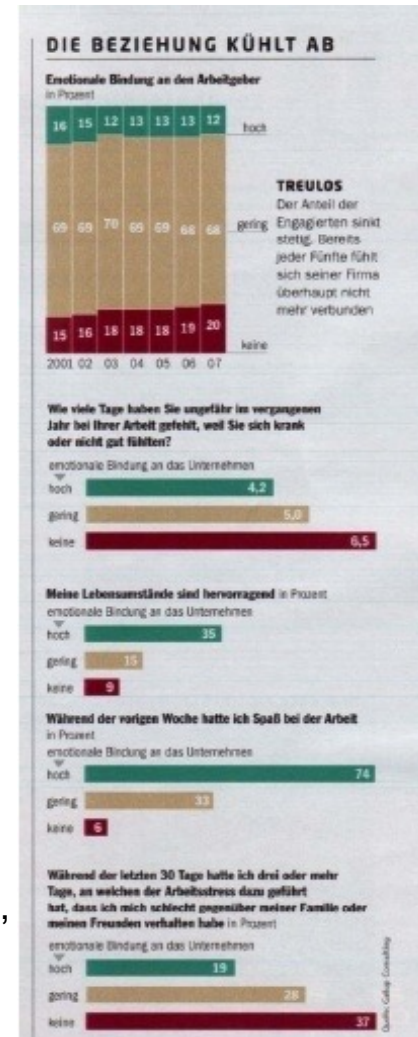


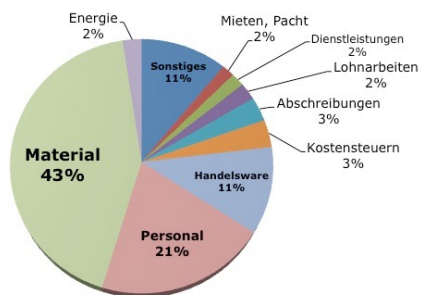
250 Mrd. €

Gesamtwirtschaftlicher Schaden aus mangelnder Mitarbeiterbindung, hohen Fehlzeiten und niedriger Produktivität jährlich.

Ursachen: schlechtes Management und unqualifizierte Führung.

30% mehr Effizienz mit Win-Win-Marketing





Quelle: Statistisches Bundesamt 2011

Fangen Sie da an, wo es am meisten bringt.
 Materialkosten sind die mit Abstand größte Belastung im produzierenden Gewerbe. Sie machen im Schnitt

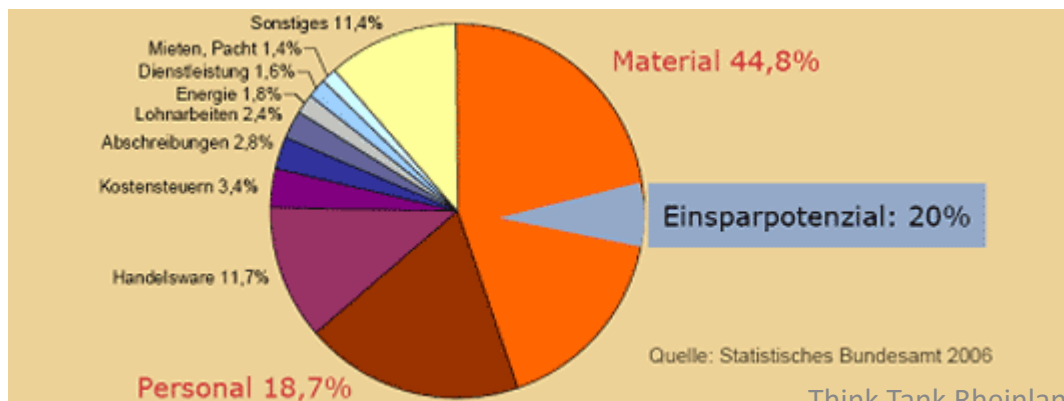
43 Prozent der Kosten aus.

Materialkostenreduzierungen - also die Steigerung der Materialeffizienz - wirken wie Umsatzsteigerungen.

Am Beispiel eines Materialkostenanteils von 45 % und unterschiedlichen Umsatzrenditen ergeben sich folgende vergleichbare Umsatzsteigerungen:

Umsatzrendite	Materialkosten-senkung	Vergleichbare Umsatzsteigerung
1 %	2 %	90 %
3 %	2 %	30 %
5 %	2 %	18 %

Notation:	
Vergleichbare Umsatzsteigerung (%)	= Materialkostenanteil (%) x Materialkostensenkung (%) / Umsatzrendite (%)
Umsatzrendite (%)	= Gewinn vor Steuern / Umsatz x 100



Materialeffizienz

In produzierenden Unternehmen beträgt der **Materialkostenanteil** 45% an den Gesamtkosten, bei ca. 19% Personalkosten. Die Einsparungspotentiale liegen bei bis zu 20%, was einer Ergebnisverbesserung von ca. 9% entspricht.

St. Gallenstudie "Survivors"

Dies zu vermeiden ist der USP von Win-Win-Marketing

- In dieser Studie wurden sogenannte „Survivors“ untersucht - Angestellte, die nach dem Stellenabbau im Unternehmen verbleiben.
- Das anfangs vorhandene Gefühl der Erleichterung, nicht entlassen worden zu sein, wandelt sich sehr schnell zum Gegenteil. Generell reagieren „Survivors“ dabei umso negativer, je mehr sie den Personalabbau als unfair und die neuen Bedingungen als bedrohlich empfinden.
- Angst vor längerer Arbeitszeit, vor geringeren Aufstiegschancen und vor Entlassung beim nächsten Personalabbau sowie Schuldgefühle gegenüber den Ausgeschiedenen stellen sich ein.
- Die Arbeitszufriedenheit sinkt rapide, die Bindung an das Unternehmen sinkt rapide, es ist weniger Vertrauen in die Unternehmensführung vorhanden, die Bemühung, das Unternehmen zu wechseln, steigt.
- Die Anzahl der jungen und hochqualifizierten „Survivors“ ,die das Unternehmen verlassen, steigt überdurchschnittlich.
- Die „Survivors“ wollen keine Fehler machen, aus Furcht vor dem nächsten Stellenabbau. Das führt zu weniger Innovation. Sie tragen nicht zur Kompensation der Lücken und Unsicherheiten bei, die aus dem Personalabbau entstanden sind.
- **Weniger als die Hälfte der Unternehmen, die Stellenabbau durchführen, sind in der Lage, die Produktivität zu erhöhen.**

Survivor-Syndrom

Dies zu vermeiden ist der USP von Win-Win-Marketing

- Bleiben oder gehen? Diese Frage stellen sich viele Arbeitnehmer schon in dem Moment, wenn um sie herum Kollegen entlassen werden.
- Danach bestätigen sich fast immer ihre düsteren Vorahnungen: Die Luft ist in den Betrieben keinesfalls gereinigt, wie mancher glauben will. Im Gegenteil: Viel mehr Arbeit für den Einzelnen, und noch stärkerer Druck kennzeichnen die Lage.
- Wo dezimierte Belegschaften beieinander sitzen, liegt weiterhin die Frage: „Wer ist als nächster dran“ in der Luft.
- Der Kollege wird zum Konkurrenten – obwohl eigentlich alle am gleichen Strang ziehen sollten.
- In einer Befragung sagten mehr als zwei Drittel, das Betriebsklima habe sich wegen der schlechten Wirtschaftssituation verschlechtert.
- Die viel beschworene Vernetzung im Unternehmen scheitert – Exklusivinformationen werden nicht geteilt.
- In vielen Betrieben entstehen Konflikte zwischen den Generationen.
- Unabhängig vom jeweiligen Alter steht vor allem das mittlere Management in der Zwickmühle. „Vorgesetzte stehen unter dem gleichen Druck wie ihre Mitarbeiter.“ (Psychologe Neuberger)
- Viele Führungskräfte verstehen die Nöte ihrer Mitarbeiter, haben aber oft selber keine Informationen.

Handelsblatt 16.01.2004

Versunkene Kosten

Survivor-Syndrom

- heimliche Spielregel (HSR)
 - Innere Kündigung
 - 3.Lohnrunde
 - Generalamnestie

Offensichtliche Kosten

Qualitätsprüfung

Beanstandete
Produkte

Überarbeitung von
Beanstandungen

Versteckte Kosten

Lieferverzögerungen

Produkthaftung

Pro-Produktion

Entsorgung von
Abfallprodukten

Imageverlust

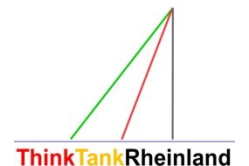
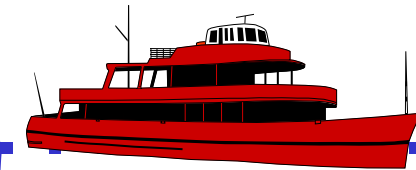
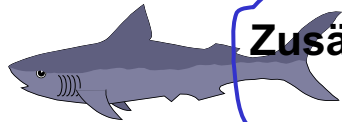
Zusätzlicher Service

Verlust an Marktanteilen

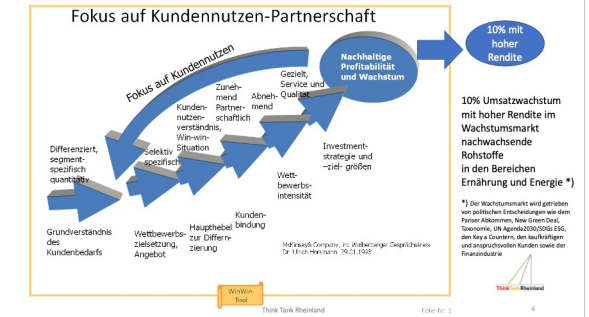
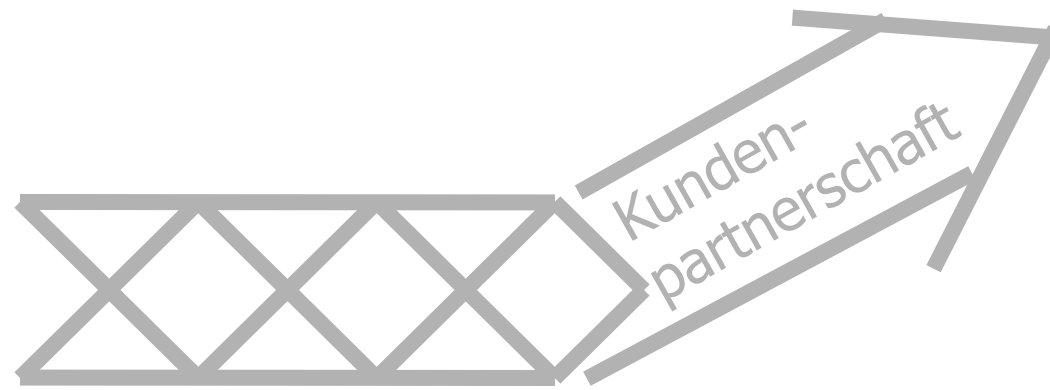
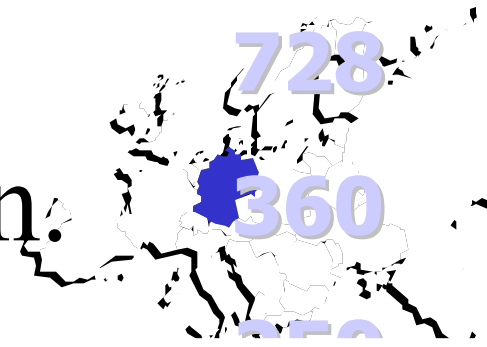
Vermehrte
Overheadkosten

Einschränkung der Produktpalette

Nach ADL



Durch Kundenpartnerschaften ist ein Wachstum von > 30 % zu realisieren.



Compound Produkts der Chemie wie Ethylen sind nach Studien von Mc Kinsey durch Kundenpartnerschaften in Deutschland mit Gewinn produzierbar

