<http://www.ikb.de>

IKB aktuell

Ausgabe Nr. 561
Mittwoch, 1. Februar 2006

Steckbrief

IKB-Kunden stellen sich vor:

alessandro International GmbH & Co. KG

Woher wir kommen: *alessandro wurde 1989 von der Firmeninhaberin Silvia Troska gegründet, unter deren Führung sich alessandro zum erfolgreichsten Unternehmen für Hand- und Nagelpflege in Deutschland entwickelt hat. Regelmäßige Auszeichnungen mit den begehrtesten Beauty Awards bestätigen immer wieder die Fortschrittlichkeit und das Engagement einer der führenden Spezialisten für schöne Hände und gepflegte Füße.*

Was wir anbieten: *Weltweit belegt alessandro in seinem Segment unangefochten die Spitzenpositionen: Mehr als 2.000 Produkte für Nagelverlängerung, Hand- und Nagelpflege, Manicure und Fußkosmetik, sowie dekorative Kosmetik auf höchstem Qualitätsniveau bietet das Unternehmen für Profis und Endverbraucher in über 40 Ländern. Außerdem bietet alessandro eine Möbel-Ausstattung für Nagelstudios sowie professionelle Geräte auf höchstem Niveau an.*

Wie wir uns positionieren: *Großes Engagement, immer die beste Qualität, intelligente Problemlösungen, aktuelle Modefarben und die angesagtesten Produkte anbieten zu können, sind Maximen von allessandro. Durch internationale Trendscouts ist das Unternehmen immer am Puls der Zeit und hat so seine marktführende Position ausgebaut.*

Wohin wir wollen: *Neue Märkte gibt es vor allem im asiatischen Raum und in Amerika. Die neueste Entwicklung ist der Ausbau der Dienstleistungen für Nagel- und Fußpflege unter dem Begriff alessandro SPA – von der Wellness-Manicure und -Pedicure über Handmassage bis hin zur professionellen Nagelmodellage, French Manicure und Pedicure sowie Nail Art Verzierungen. Mittlerweile gibt es alessandro SPAs in Langenfeld und Zürich, im März folgt Wien und weitere alessandro SPAs sind 2006 in München, Berlin und Düsseldorf geplant.*

Susanne Lehnen, PR & Media
www.alessandro.de

IKB Deutsche Industriebank

Impressum

IKB Deutsche Industriebank AG, Wilhelm-Bötzkes-Str. 1, 40474 Düsseldorf, **Redaktion:** Patrick von der Ehe, Tel.: 02 11/82 21-47 76, Fax: 02 11/82 21-27 76, mailto:redaktion@ikb.de

Verantwortlich für den Inhalt ist die IKB. Namentlich gekennzeichnete Fremdbeiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Weiterverbreitung nur mit schriftlicher Genehmigung.

Unternehmenskultur als Erfolgsfaktor

Wegweiser für den kulturellen Kooperationspfad

Viele Fallstricke liegen auf dem Weg zu einer erfolgreichen Fusion oder Firmenübernahme. Ein gezielter unternehmenskultureller Bewertungs- und Veränderungsprozess – die Cultural Due Diligence – ermöglicht, diese Fallstricke frühzeitig zu entdecken, zu umgehen und den Fusionserfolg zu sichern.

Jack Welch, der ehemalige Chef von General Electric, zeigt in seinem Buch „Winning" sieben Fallen bei Fusionen und Akquisitionen, die er in seiner Karriere erlebt und erlitten hat. Welch, den viele als Management-Guru betrachten, nennt die unrealistische „Fusion unter Gleichen", fehlende Beachtung der kulturellen Übereinstimmung, „Gefangennahme durch die Beute", zu langsame Integration, „Einmarsch als Eroberer", den unrealistisch hohen Preis und Widerstand der Mitarbeiter.

Welch bezeichnet kulturelle Unterschiede explizit als ein Problem. Aber auch die übrigen Fallstricke haben ihren Ursprung meist in der jeweiligen Ausprägung der Unternehmenskultur. Eine gezielte Betrachtung dieses Faktors ist folglich für den nachhaltigen Kooperations- oder Fusionserfolg unabdingbar. Leider werden nur selten Erfolge bei Kooperationsprojekten den kulturellen Faktoren zugeschrieben. Viel häufiger wird dann von passender Strategie, Synergien oder Wissenstransfer gesprochen. Kurz gesagt: Probleme werden eher der Kultur, Erfolge eher der Strategie zugeschrieben.

In einer Studie über Kooperationen in der Automobilzulieferindustrie hat Cloverleaf Beispiele für den Erfolg oder das Scheitern von Firmenkooperationen und -übernahmen ausgewertet.

Angelehnt an den klassischen Strategieprozess gehört zum kulturellen Veränderungsprozess:

- das Umfeld zu analysieren mit besonderem Fokus auf kulturelle Beeinflusser,
- Ziele für die Unternehmenskultur zu festzulegen,
- die Kluft zwischen aktueller und angestrebter Kultur zu ermitteln,
- den Veränderungspfad zu definieren,
- die Kooperation mit Leben zu füllen.

Die kulturelle Umfeldanalyse zu Beginn einer Übernahmeinitiative kann eine Basis der Due Diligence im Rahmen des Kaufverlaufs bilden. Sie liefert zudem wertvolle Erkenntnisse über das eigene Unternehmen. Daraus abgeleitete Maßnahmen bereiten das Unternehmen und die Mitarbeiter auf die Kooperation mit einem anderen Unternehmen vor.

Letztlich geht es darum, schon vor der eigentlichen Übernahme oder Kooperation die „Fitness" des eigenen Unternehmens für eine Kooperation zu erkennen und es entsprechend zu „trainieren".

Alexander Flieger,
Cloverleaf Consult International

Talentmangel gefährdet wirtschaftliche Entwicklung der asiatischen Wirtschaftsmacht

Unternehmen in China gehen Fachkräfte aus

Der Mangel an qualifiziertem Nachwuchs entwickelt sich zunehmend zu einer Gefahr für die chinesische Wirtschaft und das Wachstum internationaler Investoren auf dem asiatischen Zukunftsmarkt. Nur weniger als zehn Prozent der chinesischen Universitätsabsolventen, so eine aktuelle Studie der Unternehmensberatung McKinsey & Company, sind derzeit in international ausgerichteten Unternehmen einsetzbar. Chinesischen Absolventen fehlen vor allem englische Sprachkenntnisse, aber auch die Fähigkeit zur Teamarbeit, das Wissen um Kundenbedürfnisse außerhalb ihrer Heimat sowie Kenntnisse sozialer und kultureller Besonderheiten westlicher Industrienationen. Auch die praxisferne Ausrichtung der chinesischen Hochschulen ist ein deutliches Manko.

In der Vergangenheit war dies kein Nachteil. Niedrige Löhne und einfache Produkte machten aus China die Fabrikationshalle der Welt. Doch seit sich ausländische und chinesische Unternehmen technologisch anspruchsvollen Gütern und Dienstleistungen zuwenden, werden die Schwächen des Ausbildungssystems zum Problem.

Erreichen kann Chinas Wirtschaft die ehrgeizigen Ziele auf Dauer nur mit massiven Investitionen in das Bildungssystem. Trotz rapide steigender Gesamtinvestitionen für Bildung sanken die Pro-Kopf-Ausgaben für Studenten zuletzt um fünf Prozent.

Diana Farrell, McKinsey&Company