

Workshop zum Thema "Risikobewusstsein"

Den Menschen fällt es schwer, sich mit unangenehmen Sachverhalten oder mit unsicheren Situationen zu beschäftigen. Aber insbesondere um unternehmerische Chancen effektiv zu nutzen, muss auch das **Risikobewusstsein** geschärft sein.

Wie sucht man also etwas, das man eigentlich gar nicht finden möchte? Um das herauszufinden, laden das Salzburger Institut für Management und die Information Professionals GmbH Sie zu einem halbtägigen Workshop ein:

"risikobewusst – Chancen genutzt"

Unter der Leitung von John Thompson untersuchen wir gängige **Verhaltensmuster** im Umgang mit Unternehmensrisiken. Wir beziehen auch psychologische Erkenntnisse ein und erarbeiten geeignete **Organisationsstrategien**. Durch ein geschärftes Risikobewusstsein sichern Sie eine langfristige Wertschöpfung und Wettbewerbsvorteile für Ihr Unternehmen.

Auszeichnung für Susanne Schnitzer



Die Geschäftsführerin der Information Professionals GmbH wurde vom Weltverband für junge Unternehmer und Führungskräfte "Junior Chamber International" (JCI)

mit der lebenslangen **Senatorenwürde** ausgezeichnet. Ausschlaggebend dafür war ihr langjähriges Engagement bei den Wirtschafts-junioren Bayern. Susanne Schnitzer wirkte maß-

geblich am Aufbau eines Regionalverbandes mit und initiierte internationale Partnerschaften. Zudem setzt sie sich für die Zusammenarbeit verschiedener Wirtschaftsverbände und für eine bessere Vernetzung zwischen Schulen und Unternehmen ein.

Weitere aktuelle Informationen und Termine finden Sie im Internet unter www.infopro-gmbh.de

Termine

Am **24. Juni 09** oder alternativ am **14. Juli 09** jeweils von 14:00 bis 18:00 Uhr im Schloss Leopoldskron (Salzburg)



Information und Anmeldung

Institut für Management GmbH
Hallwang bei Salzburg (Österreich)
T +43 662 2180-280
E office@ifm.ac www.ifm.ac

Kostenbeitrag

Pro Teilnehmer 50,- EUR

"An apple a day..."

"... keeps the doctor away", so lautet ein bekanntes englisches Sprichwort. Was nichts anderes bedeutet, als dass man mit kleinen regelmäßigen Schritten große Wirkung erzielen kann. Deshalb wollen wir Ihnen mit unserem Newsletter **Executive Focus** mehrmals jährlich einige Inspirationen für solche kleinen Schritte anbieten. Im Executive Focus informieren wir Sie in kompakter Form über einige der Themen, mit denen wir uns aktuell befassen.



So wollen wir Ihnen mit unseren Beiträgen einige Impulse für die Unternehmensführung vermitteln, die vielleicht auch für Ihren geschäftlichen

Wussten Sie, dass Forschungen

zufolge regelmäßiger Genuss von Äpfeln tatsächlich zahlreichen Krankheiten vorbeugen soll?
Darunter sind Karies, Krebs, Arteriosklerose und Alzheimer.

Altag von Nutzen sein können. Sie sollen eine Anregung für Sie sein, sich Gedanken aus neuen oder unerwarteten Perspektiven zu machen. Deshalb bearbeiten wir unternehmerische Themen manchmal auch auf ungewohnte Weise. So möchten wir Sie auf Verbindungen und Zusammenhänge aufmerksam machen, die nicht immer alltäglich sind.

Als zusätzlichen Impuls haben wir für Sie zu jedem Thema einige Tipps zusammengestellt. Diese sind jeweils nur kleine Schritte, aber regelmäßig angewandt kann man dauerhaft von deren Wirkung profitieren.

Im Executive Focus finden Sie darüber hinaus auch Informationen über aktuelle Aktivitäten und Entwicklungen in unserem Unternehmen. Uns ist es wichtig, dass wir mit einander in Kontakt und im Gespräch bleiben. Falls Sie Anregungen oder Ideen zu unserem Newsletter oder unseren Themen haben – sprechen Sie gerne mit uns!



Ihr

John A. Thompson

Innovation
Seite 2

Risikobewusstsein
Seite 3

Termine & mehr
Seite 4

Eis, Strom und Mobilität

Im Jahr 1806 schickte der 22-jährige Frederic Tudor seine erste Schiffsladung Eis von Boston nach Martinique. Die Fracht, 130 Tonnen gefrorenes Wasser, hatte er aus einem Teich in seinem Familienbesitz geerntet. Für seine innovative Idee musste der junge Unternehmer hohe Schulden aufnehmen und viel Hohn einstecken. Aber seine Idee setzte sich durch: seine Kunden wollten kühle Getränke, frisches Fleisch und langlebige Medikamente.

Wussten Sie, dass die chinesische Build Your Dreams (BYD) ein global agierendes Unternehmen mit 60.000 Mitarbeitern, der zweitgrößte Batterienhersteller der Welt ist? (www.byd.com)

Im Jahr 1860 verschifft Tudor schließlich weltweit mehr als 150.000 Tonnen Eis. Das Geschäft lief blendend, bis die damals innovative maschinelle Kühltechnik dem ein Ende setzte. Bis zum Jahr 1920 hatte die industrielle Eisproduktion, z.B. mit Carl von Linds "Kompressionskältemaschine", die Eisschiffe vollständig verdrängt.

Tipps:

- Hat auch der Blick auf einschneidende Innovationen einen festen Platz in Ihrem Strategieprozess?
- Machen Sie sich klar, welche Revolution Sie mittragen wollen, oder wann Sie besser das alte Regime verteidigen.
- Überprüfen Sie laufend Ihr Geschäftsmodell in Hinblick auf Produkt-, Prozess- und Marktinnovationen.

Zu dieser Zeit gab es allein in den USA 5.000 regionale Eisproduzenten. Kein einziger von Ihnen hatte vorher Eis geerntet oder verschifft.

Ab 1920 setzte sich in den privaten Haushalten der elektrische Kühlschrank durch. Und wieder fand auch ein grundlegender Wandel im Markt statt: denn keiner von den bisherigen Eisproduzenten wurde später zum Kühlschrankhersteller.



Parallelen finden wir zum Beispiel auch in der Automobilindustrie. Kein Kutschenhersteller aus dem 19. Jahrhundert hat es geschafft, sich anschließend als Automobilproduzent zu behaupten.

Und welche Innovationen müssen wir heute im Blick haben? Wer wird die Elektroautos der Zukunft bauen, sobald die Technik ausgereift und günstiges Mineralöl verschwunden sein wird?

Gute Chancen haben innovative Batteriehersteller, wie etwa das chinesische BYD. Sie könnten wegen der neuen Antriebstechnik bisherige Platzhirsche verdrängen.

Unsichtbares sichtbar machen

Stellen Sie sich vor, wir wandern an einem Sommertag in den Bergen. Am Nachmittag zieht ein Gewitter auf und wir müssen Schutz suchen. Schnell überlegen wir, was jetzt wichtig ist: nicht am höchsten Punkt aufhalten und die Nähe von Wasser meiden.

Da entdecken wir in einer Mulde eine verlassene Mühle. Um sie herum stehen keine sehr hohen Bäume und der Mühlbach ist trocken gelegt – perfekt! Außerdem bewahrt uns das Gebäude vor Durchnässung und Unterkühlung. So wähnen wir uns in Sicherheit und suchen Schutz in der Mühle.

Kurze Zeit später flüchten wir schon wieder nach draußen – Fledermäuse greifen uns an! Wir konnten sie nicht wahrnehmen, bis es zu spät war: wir sahen sie nicht, wir hörten sie nicht, wir spürten sie nicht.



Tipps:

- Sie entscheiden immer für sich: Welche Bedrohung wollen Sie eigentlich wahrnehmen und welche nicht?
- Lassen Sie in die Risikobewertung für Ihr Unternehmen auch die Schwächen und die Grenzen Ihrer Wahrnehmungsmöglichkeiten einfließen.

Haben Sie sich je die Frage gestellt, welche Risiken Sie bei sich im Unternehmen wahrnehmen können und wollen?

Denn sollte Sie Ihr **"Risikoradar"** nicht auch vor Fledermäusen schützen?

Richtig umgesetztes Corporate Governance und zunehmend auch die nationale und internationale Gesetzgebung fordern ein Umdenken bei der Betrachtung von Risiken. Sie müssen sich nun auch mit den **Wahrnehmungsmöglichkeiten** für Risiken im Unternehmen auseinander setzen und sich auch die Frage stellen, ob die vorhandenen Instrumente angemessen sind.

Darum ist es umso wichtiger, **Risikobewusstsein** zielgerichtet zu schärfen. Nur wer alle relevanten Faktoren kennt, kann sich schützen, wenn unangenehme Überraschungen im Dunkeln lauern.



Wussten Sie, dass ein geschärftes Risikobewusstsein auch bedeutet, dass Sie neue Chancen besser wahrnehmen und identifizieren können? Wie das geht? Bitte blättern Sie um zu Seite 4!