

GoFuture XP GmbH, Mainz

Eine zukunftsfähige Strategie für jedes Unternehmen

GoFuture XP ist auf die Strategieberatung und Unterstützung für Mittelstand und Familienunternehmen in der Branche spezialisiert. Das Ziel ist, für diese Firmen eine zukunftsfähige Strategie zu erarbeiten, sie fit zu machen für aktuelle und künftige Anforderungen. „Wir unterstützen die Unternehmensleitung bei einer ihrer wichtigsten Aufgaben: den zukunftsorientierten Entscheidungen“, unterstreichen GoFuture-Geschäftsführer Jürgen Gerdum und Seniorpartner Dr. Andreas Marek im Interview des Monats.



Jürgen Gerdum



Dr. Andreas Marek

Foto: GoFuture



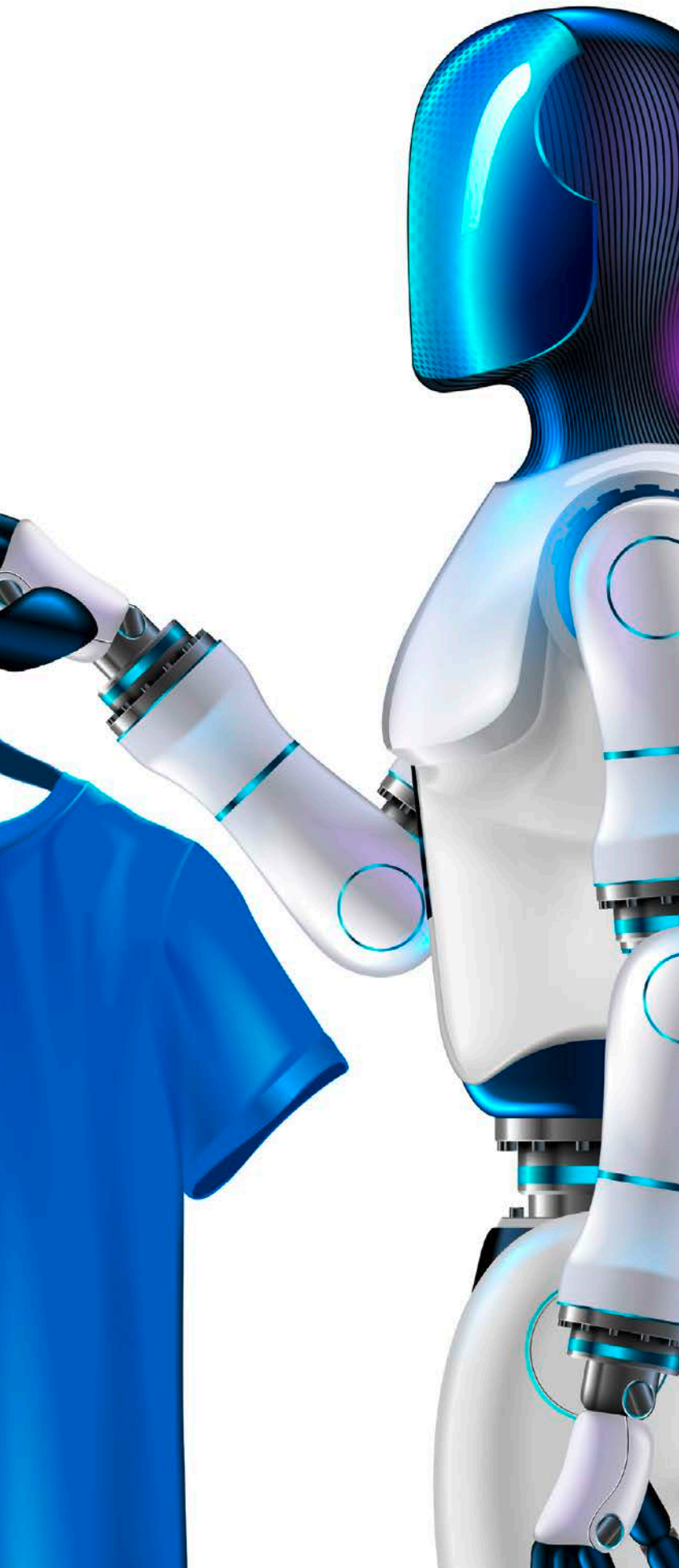


Foto: Adobe Stock

WRP: Herr Gerdum, Herr Dr. Marek. Die Firma GoFuture ist auf die Strategieberatung für Unternehmen unter anderem in der Textilservicebranche spezialisiert. Warum ist eine solche Strategieberatung wichtig, was leistet sie?

Jürgen Gerdum: Wir müssen leider in unserer Branche oft feststellen, dass es zu wenig Bewegung und Innovation gibt. Viele Marktteilnehmer arbeiten wie früher, sind sehr kostensensibel und vergessen ihren Fokus auf die Zukunft zu richten. Eine Strategieberatung dient als Sparringspartner für die Unternehmensführung. Sie bietet einen direkten Ansprechpartner auf Augenhöhe, der die Unternehmensleitung bei einer ihrer wichtigsten Aufgaben unterstützt: den zukunftsorientierten Entscheidungen. Ein strategischer Berater ermöglicht einen intensiven Austausch von Ideen und Argumenten, besonders wenn es um entscheidende Fragen und die Herausforderungen im Unternehmen geht. Seine Hauptaufgabe ist es, Schwachstellen zu identifizieren, zu thematisieren und Lösungswege vorzuschlagen, die das Unternehmen voranbringen.

WRP: Wie erleben sie derzeit die Textilservicebranche? Welche Themen stehen im Fokus?

Dr. Andreas Marek: Nach der Bewältigung der Corona-Krise stehen viele Unternehmen vor neuen Herausforderungen. Der Krieg in der Ukraine und die wirtschaftliche Lage in Deutschland haben zwar Einflüsse, doch die Unternehmen kommen damit zurecht. Aktuell stellen wir am Markt fest, dass die Umsätze mit Bestandskunden zurückgehen, zum einen, weil die Kunden Mitarbeiter abbauen und zum anderen, weil die Kündigungsquoten steigen. Somit ist die Krise der deutschen Wirtschaft auch in der Textilservicebranche angekommen, mit einer gewissen zeitlichen Verzögerung.

Es mangelt bei vielen Marktteilnehmern an innovativen Impulsen zur Marktpositionierung. Zu wenig Unternehmen fokussieren sich auf den Kunden und dessen sich wandelnde Bedürfnisse und Anforderungen. Wichtig ist, dass sich ein Unternehmen positiv von der Konkurrenz abhebt und die Kundenbindung stärkt.

WRP: Wie kann das dem Unternehmen gelingen? Wie kann es sich vom Wettbewerb abheben und Impulse setzen zur besseren Positionierung?

Jürgen Gerdum: Für Unternehmen im Textilservice oder anderen branchenähnlichen Sektoren können verschiedene innovative Impulse zur Marktpositionierung überlegt werden, die sowohl die Wettbewerbsfähigkeit stärken als auch den Kundenmehrwert erhöhen. ➔

Nehmen wir als ein Beispiel die so genannten smarten Textilien. Sie können mit Sensoren ausgestattet werden, die nicht nur die Trageeigenschaften für den Träger verbessern, sondern gleichzeitig dem Textilservice nützliche Daten über den Tragekomfort, die Beanspruchung und die Lebensdauer der Kleidung liefern. Diese Informationen helfen nicht nur dabei, die Qualität der Produkte zu verbessern, sondern auch die spezifischen Bedürfnisse der Kunden besser zu verstehen und zu bedienen.

Dies klingt zunächst sehr futuristisch und für Arbeitskleidung nicht finanzierbar. Aber das Unternehmen, das diese Funktionen als erstes seinen Kunden anbietet, wird sich von den anderen Marktteilnehmern entscheidend absetzen.

Oder nehmen wir das große Thema Digitalisierung. Mittels automatisierter digitaler Service-Plattformen können Unternehmen schon heute ihren Kunden eine schnelle, sichere und komfortable Bestell-, Liefer- und Serviceabwicklung offerieren, die den Kunden eine nahtlose Interaktion ermöglichen.

Dr. Andreas Marek: Auch Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft bieten Unternehmen Ansatzpunkte, sich mit entsprechenden Angeboten vom Wettbewerb abzuheben. Heute stehen das Recycling und Upcycling von Textilien im Fokus. Immer mehr Programme werden entwickelt, die es Kunden ermöglichen, ausgediente Kleidung zurückzugeben, um sie dann zu recyceln oder auszuwerten. Dies schont nicht nur Ressourcen, sondern das Unternehmen positioniert sich gleichzeitig als umweltbewusst. Oder der Einsatz von umweltfreundlichen Materialien und Prozessen. Auch die Verwendung von ökologisch nachhaltigen Materialien und die Implementierung energieeffizienter Prozesse können ein starkes Verkaufsargument sein.

Ein Unternehmen kann sich auch durch seine kundenzentrierten Serviceangebote hervorheben. Zum Beispiel mittels maßgeschneiderter Lösungen, die auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind, etwa spezielle Passformen oder funktionsorientierte Textilien für verschiedene Arbeitsumgebungen. Dieses Angebot erscheint zunächst auch wieder für unsere Branche sehr kostenintensiv und widerspricht dem Grundgedanken der Verwendung von Textilien für viele Endnutzer



Jürgen Gerdum
Zur Person

Jürgen Gerdum ist seit 2018 Inhaber und Strategieberater von GoFuture XP GmbH. Über 20 Jahre war er Vorstand und Geschäftsführer eines der größten europäischen Textilservice-Unternehmen mit 15 Jahren Vorstandsarbeit inkl. Präsidenschaft im europäischen Textilservice Branchenverband ETSA und im nationalen Wirtschaftsverband WIRTEX. Jürgen Gerdum hat über 30 Jahre nationale und internationale Erfahrung und ist u.a. seit 2023 Inhaber der Schrey & Veit GmbH (Schallschutz für Bahnverkehr).

und Einsatzbereiche. Wer hier aber langfristige und finanzierbare Lösungen anbietet, wird sich entscheidend im Markt positionieren können.

Oder das Unternehmen erweitert das Angebot bei der Kundenbetreuung. Zum Beispiel kann es einen Beratungsdienst einrichten, der Kunden hilft, die Produkte optimal zu nutzen und die Lebensdauer der Textilien zu verlängern.

Jürgen Gerdum: Unternehmen können auch innovative Partnerschaften suchen, unter anderem mit Technologieanbietern kooperieren, um zum Beispiel fortschrittliche Lösungen wie IoT-basierte Bekleidungsmanagementsysteme* zu entwickeln. Sie sind die technologisch fortgeschrittene Möglichkeit, die Verwaltung, die Wartung und den Einsatz von Textilien zu optimieren und dabei sowohl die Effizienz als auch die Kundenzufriedenheit zu steigern.

Oder man sucht sich Partnerschaften mit Firmen aus anderen Sektoren, zum Beispiel im Gesundheitswesen oder Gastgewerbe. Aus dieser Zusammenarbeit können dann Produkte und Dienstleistungen entwickelt und angeboten werden, die noch mehr auf die spezifischen Anforderungen dieser Branchen zugeschnitten sind.

Ein großes Feld für das Setzen von Impulsen bietet auch das Marketing und das Branding. Mittels Storytelling können Unternehmen die Einzigartigkeit ihrer Produkte und Dienstleistungen hervorheben. Wir beobachten, dass die Unternehmen viel zu wenig kommunizieren, wie ihre Innovationen das Leben und Arbeiten ihrer Kunden verbessern.

Hier kann man auch auf moderne Marketingstrategien wie Augmented oder Virtual Reality setzen. Mit ihnen können die eigenen Produkte und Dienstleistungen auf eine Weise präsentiert werden, die Kunden faszinieren und einbeziehen.

Also: Durch die Implementierung dieser oder ähnlicher innovativer Ansätze können Unternehmen nicht nur ihre Marktpositionen stärken, sondern auch einen deutlichen Mehrwert für ihre Kunden schaffen und sich in einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld abheben.

WRP: Wie wirkt sich die aktuelle Arbeitsmarktsituation auf unsere Branche aus?



Viele Marktteilnehmer in der Branche vergessen, ihren Fokus auf die Zukunft zu richten – so sind die Erfahrungen der Strategiespezialisten von GoFuture.

Jürgen Gerdum: Wir beobachten, dass sich der gesamte Arbeitsmarkt wieder von einem Arbeitnehmer- hin zu einem Arbeitgebermarkt wandelt. In Branchen wie dem Automobilsektor gibt es zum Beispiel eine Reduzierung der Mitarbeiterzahlen, was sich direkt auf die Nachfrage nach den Dienstleistungen der Branche auswirkt, zum Beispiel im Bereich der Berufskleidung. Ich denke, dies ist ein entscheidender Moment, um den Fokus wieder stärker auf den Kunden zu legen. Es geht darum, seine Bedürfnisse genau zu verstehen und aus diesen Erkenntnissen Strategien für die Zukunft zu entwickeln. Insbesondere in der Hotel- und Pflegebranche, wo sich die Anforderungen ebenfalls stark wandeln, gibt es erhebliches Potenzial für zukünftiges Wachstum, das intelligent genutzt werden sollte.

WRP: Wenn sich heute der Arbeitsmarkt immer mehr zu einem Arbeitgebermarkt entwickelt: Welche Bedeutung hat dann das Thema Personalentwicklung für die Unternehmen in der Textilservicebranche?

Jürgen Gerdum: Die Personalentwicklung ist nach wie vor ein sehr wichtiges Werkzeug, um den Fach- und Führungskräftebedarf im eigenen Unternehmen decken zu können. Wir bieten auch hier umfassende Dienstleistungen an, um Veränderungen bei Schlüsselpositionen und Umbesetzungen innerhalb der Organisation gelingen zu lassen. Wir machen Potenzialanalysen und Coaching für Führungskräfte und helfen bei der Vorbereitung von Nachwuchskräften auf Führungsaufgaben.

Dazu gehört unter anderem auch ein spezialisiertes Coaching, das besonders bei der Neubesetzung von Führungspositionen und dem Übergang von der Rolle

als Kollege zur Rolle als Vorgesetzter Unterstützung bietet. Unser Ziel ist es, Führungskräfte zu stärken und sie effektiv auf ihre neuen Herausforderungen vorzubereiten.

Zum Beispiel auch mit einem Simulationstraining, das junge Führungskräfte durch die Nachstellung realistischer Führungssituationen auf die Praxis vorbereitet. In diesen simulierten Begegnungen können sie kritische Führungsfähigkeiten wie Entscheidungsfindung, →



Im Rahmen einer Strategieberatung prüft GoFuture mit umfassenden Analysen die aktuelle Unternehmenssituation einschließlich der Marktbedingungen, Wettbewerbslandschaft und internen Ressourcen.

Konfliktlösung und Teamleitung entwickeln, bevor sie diese in realen Arbeitssituationen anwenden müssen. Dieser Ansatz hilft, das Selbstvertrauen der Coachees und die Kompetenz unserer Kunden signifikant zu verbessern.

Dr. Andreas Marek: Die Personalsuche ist nach wie vor ein Engpassfaktor in den Unternehmen. Entsprechend wichtig sind deshalb auch Personalbindungsinstrumente. Wir haben in Unternehmen geeignete Feedback- und Evaluationssysteme sowie regelmäßige Mitarbeitergespräche und ein 360-Grad-Feedback eingeführt. Das ermöglicht ihnen, Unstimmigkeiten auszuräumen und unmittelbar gegenzusteuern, falls etwas in die falsche Richtung läuft. So kann man im Unternehmen Fluktuation reduzieren.

Zur Optimierung der Weiterbildungsstrategie haben wir bei mehreren Kunden E-Learning-Plattformen und maßgeschneiderte Schulungsprogramme eingeführt sowie Onboarding Programme für Azubis und neue Mitarbeiter entwickelt. So können sich neue Mitarbeiter ab Tag eins im Unternehmen zugehörig fühlen und gut ankommen.

WRP: Ein weiteres zentrales Branchenthema ist die Unternehmensnachfolge. Was umfasst die Nachfolgeberatung, die sie als Firma anbieten?

Jürgen Gerdum: Die Nachfolgeplanung ist ein kritisches strategisches Thema. Entscheidend ist, den Nachfolgeprozess frühzeitig und sorgfältig zu planen. Dabei unterstützen wir sowohl bei der Entscheidungsfindung als auch in der Planungsphase des Nachfolgeprozesses. Ich denke, dass wir hier dank unserer objektiven Außensicht wertvolle Einsichten bieten können.

Übrigens ist es auf Wunsch auch möglich, unsere Expertise in einem Unternehmensbeirat einzubringen. Dieses Modell sieht vor, einen erfahrenen Berater von GoFuture in diesen Firmenbeirat einzubinden. So werden unser Wissen und unsere Erfahrungen fest verankert und es werden unmittelbare nachhaltige strategische Entscheidungen möglich. Dieses Angebot wird besonders von mittelständischen Unternehmen geschätzt. Sie profitieren von unserer externen Expertise und verstehen den Berater als kompetenten Copiloten der Unternehmensleitung.



Andreas Marek
Zur Person

Dr. Andreas Marek ist seit 2019 Seniorberater bei GoFuture XP. Die Textilservicebranche kennt er seit 12 Jahren. Dr. Marek war langjähriger Geschäftsführer des Wirtschaftsverbandes WIRTEX. Er arbeitete als Geschäftsführer in mittelständischen Unternehmen sowie bei der spanischen Handelskammer und verfügt über mehrjährige Erfahrungen im Ausland.

Auch hierzu ein konkretes Beispiel: Einmal hat unser Berater als Beiratsmitglied eine geplante Investition in eine neue, aber unerprobte Technologie wenig optimistisch bewertet. Durch seine Analyse und den Fokus auf langfristige Wertschöpfung konnte eine kostspielige Fehlinvestition vermieden werden. Unser Berater empfahl stattdessen, in bewährte Technologien zu investieren, die bereits erfolgreiche Anwendungsfälle und ein klares Potenzial für schnelle Amortisation und zukünftiges Wachstum zeigten.

Sind keine potenziellen Nachfolger in der Familie oder aus dem Kreis der Mitarbeiter vorhanden, unterstützen wir auch dabei, zunächst anonym einen Kaufinteressenten zu finden und unterstützen den Unternehmer im Prozess des Verkaufs.

WRP: Unternehmen können organisch wachsen, indem sie sich besser positionieren und in Folge neue Umsätze generieren. Oder sie kaufen Marktanteile oder verkaufen eigene Unternehmensteile, die keinen Erfolg versprechen. Was kann GoFuture hier leisten?

Jürgen Gerdum: Wir begleiten den gesamten Prozess von Unternehmenskäufen einschließlich der Integration der übernommenen Unternehmen, um die geplanten Synergieeffekte zu realisieren. Da Unternehmensübernahmen komplexe und nicht alltägliche Ereignisse sind, bieten wir umfassende Unterstützung in Planung und organisatorischen Anpassungen an.

Gleiches gilt für den Verkauf von Unternehmen oder Unternehmensteilen, bei dem wir den gesamten Prozess kompetent begleiten. Einer unserer Kunden – er ist im Bereich Textilservice tätig – hatte eine kleine Wäscherei übernommen. Geplant war, die Prozesse des gekauften Unternehmens, die Produktpalette und auch die Kunden erfolgreich in die bestehenden Strukturen des Käufers zu integrieren. Nur so waren die angestrebten Synergien aus dem Zukauf zu schaffen, somit diese Investition erfolgreich. Unsere Rolle bestand darin, die strategische Ausrichtung und die operativen Prozesse beider Unternehmen zu analysieren und zu harmonisieren. So konnte der Kunde die technologischen Fähigkeiten beider Firmen optimal nutzen und somit den Wert seiner Investition maximieren.

WRP: Wenn GoFuture im Rahmen einer Strategieberatung in einem Unternehmen Optimierungspotenziale identifiziert – wie ist der weitere Prozess?

Dr. Andreas Marek: Nach der Strategieentwicklung auf Basis der gesammelten Daten werden strategische Empfehlungen formuliert, die darauf abzielen, die Unternehmensziele zu erreichen. Dies umfasst das Definieren von klaren, umsetzbaren Strategien in Bereichen wie Wachstum, Innovation, Digitalisierung und operative Effizienz. Im Fokus stehen dabei immer der Kunde und seine Bedürfnisse.

Dazu wird ein detaillierter Plan, eine Roadmap zur Umsetzung der empfohlenen Strategien erstellt, inklusive Zeitrahmen, Zuständigkeiten und erforderlichen Ressourcen. Wir unterstützen auch aktiv bei der Implementierung der Strategien, bieten fortlaufende Beratung und Anpassung der Strategien an, basierend auf den Feedbackschleifen und veränderten Marktbedingungen.

Schließlich stellen regelmäßige Überprüfungen und Analysen des Fortschritts sicher, dass die Ziele auch erreicht werden. Wir können in dieser Phase auch noch Anpassungen vornehmen, wenn sich die Rahmenbedingungen ändern oder neue Chancen entstehen.

WRP: Wie werden Wachstumshemmnisse in einem Kundenunternehmen identifiziert und beseitigt?

Jürgen Gerdum: Wir analysieren und identifizieren organisatorische, prozessuale, personelle und finanzielle Engpässe, die das Wachstum behindern könnten. Hier schauen wir auch auf das bestehende Finanzierungsmodell des Unternehmens und optimieren die Konditionen, um eine angemessene und effiziente Finanzstruktur sicherzustellen.

Unsere Strategie umfasst grundsätzlich das Aufdecken von Überflüssigem, das Ermitteln von Defiziten und die Optimierung der Meetingkultur. So stellen wir sicher, dass alle relevanten Stakeholder effizient eingebunden sind. GoFuture ist ein starker Vertreter von Bürokratieabbau.

WRP: Manchmal wird es notwendig sein, im Rahmen neuer Unternehmensziele auch organisatorische Veränderungen vorzunehmen. Wie wird hier vorgegangen?

Dr. Andreas Marek: Wir passen die Organisationsstruktur im Unternehmen des Kunden an die aktuellen internen und externen Bedingungen an. Dabei überprüfen wir sowohl die Aufbau- als auch die Ablauforganisation und führen nötige Umstrukturierungen

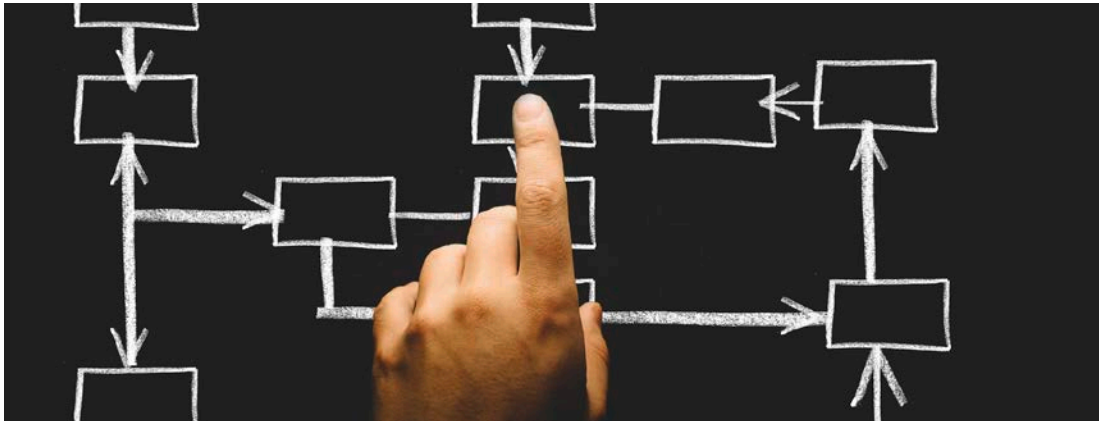


Das gesamte Unternehmen wird von GoFuture XP analysiert. Damit es rund läuft müssen alle Bereiche optimal miteinander verzahnt werden.

gen durch. Auch schleichende Veränderungen werden identifiziert und die Strukturen dafür angepasst, um die Effizienz zu steigern.

Jürgen Gerdum: Ziel jedes Unternehmens muss es sein, sich in einem wettbewerbsintensiven Umfeld erfolgreich zu positionieren und dauerhaft nachhaltig zu wachsen. Stagnation ist Rückschritt. GoFuture bietet hier innovative Beratungsleistungen, um Unternehmen bei der Ausarbeitung und Umsetzung von Wachstums- und Vertriebsstrategien zu unterstützen. Hierzu zählen zum Beispiel auch Data-Driven Insights, also der Einsatz von Big Data und KI, um Verbraucherverhalten zu analysieren und präzise Marktprognosen zu erstellen.

Wir unterstützen bei der Digitalisierung von Vertriebskanälen, um die Reichweite zu erhöhen und die Kundenerfahrung zu verbessern. Wir entwickeln personalisierte Marketing- und Vertriebsstrategien, die auf spezifische Kundenbedürfnisse zugeschnitten sind und helfen bei der Skalierung von Kampagnen oder anderen Maßnahmen, um effiziente Wachstumspfade zu erschließen. Und wir unterstützen bei der →



GoFuture passt die Organisationsstruktur im Unternehmen des Kunden an die aktuellen internen und externen Bedingungen an.

Integration von nachhaltigen und ethischen Praktiken in die Geschäftsstrategien, um langfristiges Vertrauen und Kundenbindung zu fördern.

Wir sind überzeugt, dass Unternehmen, die sich durch sorgfältige strategische Planung und innovatives Verhalten auf dem Markt hervortun und über ein effektives Risikomanagement verfügen, bestens auf unvorhergesehene Ereignisse vorbereitet und ideal für zukünftige Herausforderungen aufgestellt sind.

WRP: Wenn wir abschließend den Fokus von der Branche weiten auf nationale und internationale Entwicklungen:

Welche Herausforderungen sehen sie für die Branche?

Jürgen Gerdum: Die sich schnell verändernde Welt beeinflusst auch die wirtschaftliche Lage in Deutschland, die derzeit angespannt ist. Hinzu kommt die Unberechenbarkeit der US-Politik, die zunehmend Unsicherheit in den globalen Märkten stiftet und direkte Auswirkungen auf den internationalen Handel und die Wirtschaftsbeziehungen hat. Es ist unklar, wie wir aus den aktuellen Krisen herauskommen werden. Deutschland steht vor einem enormen Finanzierungsbedarf – für Verteidigung, die dringend notwendige Erneuerung maroder Infrastruktur, Umweltschutz, Digitalisierung und Bildung, während die Sozialausgaben nicht

Der Prozess der Strategieberatung bei GoFuture

Der Prozess der Strategieberatung bei GoFuture ist so strukturiert, um maßgeschneiderte Lösungen zu entwickeln, die spezifisch auf die Bedürfnisse und Herausforderungen jedes Kunden zugeschnitten sind. Hier ist eine Übersicht über die typischen **Phasen der Strategieberatung**:

1. Bedarfsanalyse: Ermitteln der spezifischen Anforderungen, Ziele und Herausforderungen des Unternehmens. Dies dient als Grundlage für die gesamte Beratungsarbeit.

2. Situationsanalyse: Umfassende Analyse der aktuellen Unternehmenssituation, einschließlich der Marktbedingungen, Wettbewerbslandschaft und internen Ressourcen. Dabei werden fortschrittliche Analytik und Bewertungstools eingesetzt.

3. Strategieentwicklung: Auf Basis der gesammelten Daten werden strategische Empfehlungen entwickelt, die darauf abzielen, die Unternehmensziele zu erreichen. Dies umfasst das Formulieren von klaren, umsetzbaren Strategien in Bereichen wie Wachstum, Innovation, Digitalisierung und operative Effizienz. Im Fokus stehen dabei immer der Kunde und seine Bedürfnisse.

4. Implementierungsplanung: Erstellung eines detaillierten Plans zur Umsetzung der empfohlenen Strategien, inklusive Zeitrahmen, Zuständigkeiten und erforderlichen Ressourcen.

5. Begleitung der Umsetzung: GoFuture unterstützt nicht nur bei der Planung, sondern auch aktiv bei der Implementierung der Strategien. Dazu wird eine fortlaufende Beratung und Anpassung der Strategien basierend auf den Feedbackschleifen und veränderten Marktbedingungen angeboten.

6. Erfolgskontrolle und Anpassung: Regelmäßige Überprüfungen und Analysen des Fortschritts stellen sicher, dass die Ziele erreicht werden und ermöglichen es, Anpassungen vorzunehmen, wenn sich die Rahmenbedingungen ändern oder neue Chancen entstehen.

Durch diesen ganzheitlichen und adaptiven Beratungsansatz möchte GoFuture sicherstellen, dass die entwickelten Strategien nicht nur theoretisch fundiert, sondern auch praktisch umsetzbar und erfolgreich sind.

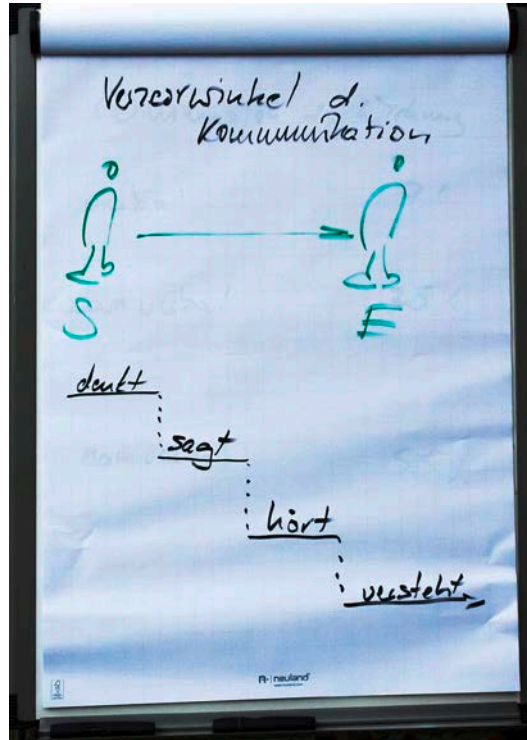
reduziert werden dürfen. Dies wird dazu führen, dass Finanzmittel in den nächsten Jahren erheblich teurer werden. Unsere Branche wird sich dadurch gravierend verändern. Kreative Angebote für Kunden, Innovation und Nachhaltigkeit werden immer wichtiger, während viele Unternehmen bereits jetzt ihre Finanzen genauer überprüfen. Kunden unserer Branche, die selbst unter wirtschaftlichem Druck stehen, reduzieren ihre Belegschaft und priorisieren Investitionen neu, was sich in höheren Kündigungsquoten und geringeren Käufen von Arbeitskleidung zeigt.

Es ist bei vielen Kunden vorbei mit den Boomjahren, wie wir sie etwa in der deutschen Autoindustrie kennen. Jetzt muss der Fokus darauf liegen, sich auf bestehende und neue Kunden zu konzentrieren, die in diesem wirtschaftlichen Umfeld stabil bleiben oder sogar stärker werden. Unternehmen und Einrichtungen, die von den angekündigten massiven staatlichen Ausgaben profitieren, werden hier besonders hervorgehoben. Neben der Bau- und Baustoffindustrie werden auch Zulieferer und Firmen, die an der Modernisierung der Infrastruktur und Digitalisierung beteiligt sind, profitieren. Rüstungsunternehmen und erfahrungsgemäß Luxusmarken werden ebenfalls Gewinner sein.

In unserer Branche wird Kreativität gefordert sein. Der alte Spruch, dass nicht die Großen die Kleinen fressen, sondern die Schnellen die Langsamen überholen, gewinnt an Bedeutung. Es wird von den Kunden erwartet, dass Unternehmen mehr als nur Basisdienstleistungen oder Zusatzleistungen wie Emblemsservice oder weitere Anfahrten anbieten. Wichtig wird es sein, ein zentraler Bestandteil der Lieferkette zu werden und auf Augenhöhe mit Kunden und Lieferanten innovative Lösungen zu entwickeln. Das könnten Änderungen im Prozess der Konfektion oder auch Finanzierungsmodelle der Beschaffung von Textilien für die Kunden sein.

Es ist keine Zeit mehr, den Kopf in den Sand zu stecken. Frühere Krisen wie die große Finanzkrise 2007/2008 oder die Coronakrise verblassen im Vergleich zu den neuen Herausforderungen. Der Markt und die Kundenbedürfnisse werden sich verändern, Zinsen werden steigen, was den Druck auf viele Unternehmen erhöht. Innovation und Nachhaltigkeit bleiben zentral, während Veränderungen im Arbeitsmarkt und darüber hinaus weitreichende Auswirkungen haben werden. Wir werden Verschiebungen sehen, da sowohl deutsche als auch europäische Förderprogramme und die Investitionen in den Wiederaufbau der Ukraine Chancen bieten.

In Deutschland und Europa muss sich auch das öffentliche Umfeld ändern. Ein Abbau von Bürokratie und eine



Vorbereitung von Nachwuchskräften: GoFuture macht Potenzialanalysen und coacht Führungskräfte.

Beschleunigung von Genehmigungsverfahren sind notwendig, um von einer verwaltenden zu einer proaktiven Politik überzugehen. Das Steuer- und Abgabensystem muss vereinfacht werden, um international wettbewerbsfähig zu bleiben und Investoren nicht abzuschrecken.

*IoT = Das Internet der Dinge (Internet of Things, IoT) verbindet physische Objekte mit der virtuellen Welt. Intelligente Geräte und Maschinen sind dabei miteinander und mit dem Internet vernetzt; die Red. ■

Über GoFuture XP

Strategie- und Nachfolgeberatung für den Textilservice, technischen Handel und die Zulieferindustrie

Kaiserstraße 69, 55116 Mainz, Tel.: +49 (61 31) 49 26 6 45

www.gofuture.eu

info@gofuture.eu

Leistungen

- Strategieberatung und -entwicklung
- Nachfolgeberatung
- Unternehmenskauf und -verkauf
- Krisenmanagement
- Vertriebs- und Wachstumsstrategien
- Führungskräfte-Coaching