

**STRATEGIEN, TIPPS &
IDEEN ZUR
WIRTSCHAFTLICHEN
BEWÄLTIGUNG
DER CORONA-KRISE
UND DER ZEIT DANACH
FÜR EPU & KMU**

Inhalt

1. Vorwort.....	3
2. Bewertungsplan	4
3. Informationsplan.....	6
4. Aktionsplan	8
5. Chancen während und nach der Krise	10

© StrategieAgentur 2020
Irrtümer & Änderungen vorbehalten

1. VORWORT

Diese Information richtet sich primär an EPU's und KMU's, sowie an Personen, die gerade mitten in einer Gründerphase oder einem Startup tätig sind.

Die Informationen dienen vor allem dem Zweck, allen Beteiligten die Chance zu geben, diese Krise zu bewältigen, als auch deren wirtschaftliches Risiko zu minimieren – UND, das ist mir auch sehr wichtig, eine Grundlage zu schaffen, um nach der Krise die Geschäftstätigkeiten ohne massiv negativen Neusituationen wieder aufnehmen zu können.

Es geht nicht nur darum, JETZT die Tagesliquidität zu erhalten, sondern meine Intention ist es auch, Möglichkeiten zu evaluieren und zu erarbeiten, um vielleicht während oder nach der Krise NEUE zusätzliche Geschäftsfelder (Produkte, Dienstleistungen, Kooperationen, usw.) in Angriff zu nehmen, um die Perspektiven zu optimieren.

Alle angeführten Maßnahmen, Ideen und Tipps sind je Einzelfall zu prüfen und eventuell mit Anwalt, Steuerberater, Finanzierungspartner und Interessensvertretungen zu besprechen.

Wichtige persönliche Anmerkung!

„Nützen Sie diese Krise und alle Vorschläge und Aktionsmöglichkeiten auch dazu, Ihr Geschäftsumfeld und Ihre Geschäftstätigkeiten zu untersuchen.

Oftmals sind viele Unternehmer in Ihrem Tagesgeschäft gebunden, sodass man gar nicht die Möglichkeit hat oder hatte, die eigene Unternehmerschaft zu bewerten oder zu optimieren. Im Rahmen der Aufarbeitung werden ihnen vielleicht Ideen kommen oder Dinge klar werden, auf Basis derer Sie in Zukunft Ihre Unternehmerschaft noch verbessern können.

Nehmen Sie diese Möglichkeit als ein positives Element dieser Krise, denn die Vergangenheit hat oft genug bewiesen, dass gerade aus Krisen heraus NEUES entsteht, das man ohne der Krise nie erhalten hätte.

Nehmen Sie sich die Zeit dafür - auch wenn Sie nicht massiv akut mit einem Liquiditätsproblem zu kämpfen haben. Speziell wenn Sie zum „Nichtstun“ gezwungen

sind, weil Sie Ihre Geschäftstätigkeiten einstellen mussten. Sehen Sie es als Chance, sich Zeit dafür zu nehmen, Ihre Unternehmerschaft zu untersuchen, zu optimieren und zu festigen. Nach der Krise werden Sie vermutlich nicht dazu kommen, denn dann müssen Sie wieder voll in Ihrem Tagesgeschäft arbeiten.“

2. BEWERTUNGSPLAN

Setzen Sie sich in Ruhe zu Ihren Unterlagen und bewerten Sie Ihr wirtschaftliches Umfeld, besonders unter dem Augenmerk alle Kosten zu untersuchen die Sie haben, um mindestens 2-3 Monate durchhalten zu können.

- A. Das Wichtigste dazu, ist Ihr Arbeitsumfeld und die dazu notwendige Infrastruktur am Leben zu erhalten, um nach der Krise genau das Umfeld wieder zu haben, mit dem Sie Ihr Tagesgeschäft abwickeln können.
- B. Das Nächste wäre, dass Sie Maßnahmen und Aktionen setzen, oder eben verhindern, welche dazu führen, dass Ihre Bonitätseinstufung nach der Krise NICHT schlechter ist oder auch schon während der Krise verschlechtert wird.

Zu Punkt A

Machen Sie eine Prioritätenliste Ihrer Ausgaben unter folgenden Parametern:

- Welche Mindestausgaben haben Sie?
- Nun schreiben Sie zu jeder Kostenposition folgendes dazu:
 - Was passiert wirklich, wenn Sie diese Kosten nicht fristgerecht bezahlen?
 - Wie könnten Sie diese Fristen wenn nötig verlängern? (Reden Sie mit Ihren Lieferanten, Vermieter, Bank, FA, SVA, usw.)
 - Wie lange kann man diese Fristen mit Ihren jetzigen Möglichkeiten verlängern, ohne Schaden zu nehmen (Bonitätsverschlechterung, etc.) – oder was muss passieren, dass man diese Fristen verlängern kann?
- Welche Möglichkeiten haben Sie, Liquidität aus gebundenen Werten zu aktivieren? (Aktien, Sparbuch, Sales und Lease back, etc.)
- Haben Sie sonstige versteckte Werte, die Sie vielleicht in Liquidität umwandeln können (Lagerware, ausrangierte Gerätschaften, etc.)
- Auch Factoring kann Ihre Liquidität verbessern.

Bitte untersuchen Sie vorab NUR jene Kosten, die Sie haben, um Ihre Geschäftsinfrastruktur und Ihr persönliches Lebensumfeld am Leben erhalten zu können. Wie können andere Kostenpositionen ausgesetzt oder storniert werden (Werbung, Marketing, usw.), die nicht unmittelbar zwingend notwendig sind?

Zu Punkt B

Schauen Sie sich an, wie und wann Sie die Kosten aus Pkt. A derzeit bezahlen?

Wenn Sie Einziehungsaufträge haben, dann optimieren Sie diese oder stellen diese auf manuelle Zahlung um. Jeder Einziehungsauftrag, der wegen fehlender Deckung vom Banksystem automatisch zurückgewiesen wird, könnte Ihre Bonitätseinstufung im Bankenwesen verschlechtern, ohne dass Sie das wissen oder merken! Dieser Automatismus führt dazu, dass Ihr Banker irgendwann ein Warnsignal aus dem Banksystem bekommt, dass Ihre Bonität zu hinterfragen wäre oder bereits gesunken ist. Das ist eine Spirale, die sich dann immer schneller dreht und besonders für Ihre Geschäftstätigkeiten nach der Krise fatale Auswirkungen haben könnte.

Bonitätsbewertungen sind ein maßgebliches Instrument unserer Wirtschaft und Banken müssen sich selbst, als auch die gesamte Wirtschaft damit schützen.

Wichtiger Punkt!

Bewerten Sie auch Ihre grundsätzliche Geschäftstätigkeit.

- WAS tun Sie auf WELCHEN Märkten WIE?
- WIE verdienen Sie Ihr Geld?
- WAS bedeutet die Krise für Ihre Geschäftstätigkeit in Zukunft?

Bewerten Sie all das extrem nüchtern und überlegen Sie, ob Sie eventuell Ihre Geschäftstätigkeiten verändern sollten / müssen!

Diese Fragen werden auch von Ihren Finanzierungspartner kommen – also bereiten Sie sich darauf vor – siehe auch Punkt 4 Aktionsplan

Reden Sie mit Ihren Kunden

- Versuchen Sie von Ihren Kunden klare Informationen zu bekommen!
- Kann der Kunde seine offenen und künftigen Rechnungen von ihnen bezahlen?
- Wie sieht das mit geplanten oder schon vergebenen Aufträgen aus – sind diese noch gültig? Werden diese auch gesichert bezahlt?
- Überdenken Sie Ihre Zahlungsmodalitäten im Zweifelsfall!

Suchen Sie aktiv, gemeinsam mit Ihren Kunden, Lösungen für eine WIN-WIN Situation.

3. INFORMATIONSPLAN

Organisieren Sie Ihr Informationsumfeld themenspezifisch:

- Aktuelle Finanzumgebung (Bank, Förderungen, usw.)
- Informationen zu Ihren Wertschöpfungen (Produktion, Handel, usw.)
- Informationen zu Ihrer Beschaffungsumgebung (Lieferanten, usw.)
- Informationen zu Ihrem Kundenumfeld, den Märkten und Prognosen

Identifizieren Sie Ihre wichtigsten, aber auch eventuell neue nützliche Kontakte und Kommunikationspartner.

Machen Sie eine Prioritätenliste, welche Informationen Sie von wem wann brauchen, um die Krise zu bewältigen – woher können Sie diese Informationen bekommen?

- Steuerberater
- Banker
- WKO
- Kunden
- Lieferanten
- Ihr persönliches Netzwerk
- usw.

Bereiten Sie sich klar und deutlich auf Ihren Informationsbedarf vor – am besten, Sie machen sich jeweilige Stichwortzettel UND halten Sie auch schriftlich fest, was Sie sich an Antworten erwarten!

- Versuchen Sie zuerst die fehlenden Informationen aus dem Internet zu bekommen.
- Dann versuchen Sie per Email, mit zuständigen Personen oder Organisationen in Kontakt zu treten – schreiben Sie aber keine Romane, sondern konzentrieren Sie sich auf das Nötigste.
- Erst dann greifen Sie zum Telefon und rufen an.
- Bitte nur im äußersten Notfall und gegen Voranmeldung einen persönlichen Besuch durchführen

Denken Sie daran, dass alle Organisationen noch lange massiv überlastet sein werden – und auch hier gilt der Zusammenhalt. Wenn jeder zeitlich optimiert agiert, dann kann auch jedem zeitlich optimiert geholfen werden.

Überlegen Sie genau, wann der richtige Zeitpunkt ist, Ihren Informationsbedarf abzuarbeiten.

Überlegen Sie genau, welche Zusatzinformationen eventuell notwendig sind, wenn Sie eine Informationsquelle kontaktieren, um eine Reaktion zu bekommen.

Beispiel:

Wenn Sie an Ihre Bank oder Förderstelle herantreten, um zusätzliche Liquidität zu bekommen, dann sollten Sie Folgendes vorbereitet haben – d.h. sofort griffbereit!

- verfügbare Jahresabschlüsse
- Kurzübersicht der letzten 3 Jahre: Umsatz, Kosten, Gewinn (eine einfache Grafik sagt oft mehr als Worte)
- theoretische Finanzprognose der nächsten 2 Jahre, wenn die Krise NICHT gekommen wäre – damit dokumentieren Sie, dass Sie immer vorausplanen
- Prognose der nächsten 2 Jahre, wenn Sie Ihre Geschäftstätigkeit erst in 3 Monaten wieder aufnehmen können – beschönigen Sie dabei nichts, aber binden Sie eventuelle neue Geschäftsfelder und Maßnahmen aus Ihrem Aktionsplan Pkt. 4 mit ein
- Aktuelle Saldenlisten
- Liste der notwendigsten Kosten aus „Bewertungsplan“ – siehe oben

-
- Gehaltszettel Ihres Partners, wenn Sie ein EPU sind – kann z.T. massiv helfen!
 - Unterlagen zu stillen Reserven
 - OP-Liste – damit geben Sie der Bank auch die Möglichkeit einer Risikobewertung Ihrer Kunden
 - aktuelle Auftragsliste mit zeitlicher und finanztechnischer Realisierungsbewertung
 - welche Werte könnten Sie theoretisch der Bank als Sicherheiten anbieten (Versicherungen, Sparbuch, Aktien, Immobilien, Zessionen, Fuhrpark, Bürge, usw.)
 - Aktionsplan „Krisenbewältigung“ – siehe nächster Punkt 4

Wichtig, wenn Sie fremdfinanziert sind (Kredite, Kontokorrent, udgl.)

Reden Sie mit Ihrer Bank – gehen Sie in die Offensive, wenn die Gefahr besteht, dass ihnen die Bank zuvorkommen muss. Da reicht oftmals eine einfache Mail, in der Sie der Bank mitteilen, wie Sie gedenken, durch die Krise zu kommen. Wenn Sie aktionslos darauf warten und wissen, dass Ihr Konto demnächst tief Rot oder leer sein wird, dann MUSS die Bank etwas tun – also tun Sie es vorher, auch wenn es nur Informationen sind.

Den Banken muss jetzt ein stabiles Umfeld erhalten bleiben - denn das Letzte was wir jetzt brauchen können, ist, dass auch Banken Probleme bekommen. Das kann nur GEMEINSAM gehen. Auch die Bundesregierung, die WKO und viele andere versuchen Ihr Bestes, die GEMINSCHAFT zu fördern, zu stützen und zu erhalten. Nur dann können wir diese Krise bewältigen.

4. AKTIONSPLAN

Machen Sie sich einen schriftlichen Aktionsplan zur Krisenbewältigung und für die Zeit nach der Krise.

- Bewertungen
- Informationsbeschaffung

- Aktionen zu Ihren Finanzen
- Aktionen zu Geschäftstätigkeit

Überprüfen Sie diese Inhalte nochmals möglichst objektiv, eventuell auch mit Ihrem(r) PartnerIn, zentralen MitarbeiterInnen oder Beratern.

Machen Sie sich Pläne zur Abarbeitung der notwendigen und gewünschten Themen aus den obigen Punkten – mit einer Tabelle zum Beispiel.

Suchen Sie in der Tabelle Abhängigkeiten und Zusammenhänge.

Suchen Sie Killer-Kriterien in Ihren Plänen - unter dem Gesichtspunkt, wenn gewisse Aktionen nicht realisierbar sind – der klassische Plan-B.

Versuchen Sie eine Zeitplanung abzuleiten.

Wichtiger Punkt!

Organisieren Sie auch das Szenario, wenn Sie als Einzelunternehmer eine gewisse Zeit nicht zur Verfügung stehen, dass es eine Vertrauensperson gibt, die Ihre Agenden als Überbrückung vertritt.

Viele EPUs oder Kleinstunternehmen sind oftmals auf eine Person konzentriert und die gesamte Familie und eventuelle Mitarbeiter sind 100% davon abhängig.

Dies betrifft:

- Bankzugang
- Vollmachten
- spezifizierte Vertretungsbefugnisse
- sonstiges „Wissen“ für die Ausübung der Geschäftstätigkeiten
- Usw.

Extrembeispiel:

Sie liegen als EPU auf der Intensivstation und Überweisungen können nur mit Ihrem Handy oder nur ihnen bekannten Zugangsdaten gemacht werden – aber niemand kennt die Handycodes bzw. diese Zugangsdaten!

5. CHANCEN WÄHREND UND NACH DER KRISE

Textwiederholung aus dem Vorwort, da ich das auch als Chance sehe.

„Nützen Sie diese Krise und alle Vorschläge und Aktionsmöglichkeiten auch dazu, Ihr Geschäftsumfeld und Ihre Geschäftstätigkeiten zu untersuchen.

Oftmals sind viele Unternehmer in Ihrem Tagesgeschäft gebunden, sodass man gar nicht die Möglichkeit hat oder hatte, die eigene Unternehmerschaft zu bewerten oder zu optimieren. Im Rahmen der Aufarbeitung werden ihnen vielleicht Ideen kommen oder Dinge klar werden, auf Basis derer Sie in Zukunft Ihre Unternehmerschaft noch verbessern können.

Nehmen Sie diese Möglichkeit als ein positives Element dieser Krise, denn die Vergangenheit hat oft genug bewiesen, dass gerade aus Krisen heraus NEUES entsteht, das man ohne der Krise nie erhalten hätte.

Nehmen Sie sich die Zeit dafür - auch wenn Sie nicht massiv akut mit einem Liquiditätsproblem zu kämpfen haben. Speziell wenn Sie zum „Nichtstun“ gezwungen sind, weil Sie Ihre Geschäftstätigkeiten einstellen mussten. Sehen Sie es als Chance, sich Zeit dafür zu nehmen, Ihre Unternehmerschaft zu untersuchen, zu optimieren und zu festigen. Nach der Krise werden Sie vermutlich nicht dazu kommen, denn dann müssen Sie wieder voll in Ihrem Tagesgeschäft arbeiten.“

Mir ist völlig klar, dass dies für viele sehr schwer sein wird, da die Angst vor einem Existenzverlust oftmals klares strukturiertes Denken und Handeln behindert – aber zwingen Sie sich dazu, denn den Kopf in den Sand stecken hilft noch weniger. Vielleicht entsteht dann gerade daraus eine Konzeption, die das Zünglein an der Waage ist, damit Sie Ihr Liquiditätsproblem lösen können. d.h. - dass Ihre Bank Sie unterstützt, dass eine Förderstelle hilft, dass Sie nach der Krise gestärkt die Verluste wettmachen können.

Eines kann ich ihnen an dieser Stelle aus über 30 Jahren Erfahrung sagen:

Gerade wenn es darum geht, Kapital zu beschaffen, dann haben immer jene die Nase vorn, die perfekt ausgearbeitete Unterlagen vorweisen können – das gilt besonders für Zukunftsplanungen! Sie müssen auch bei der Präsentation dieser Unterlagen und in der Kommunikation dazu, Ihren Glauben und Willen transportieren und vertreten.

Untersuchen Sie Ihre Unternehmerschaft der Vergangenheit.

Orten Sie jene Bereiche, die sensibel sein könnten:

- Massive Kundenabhängigkeiten (zB nur ganz wenige Großkunden)
- Lieferantenabhängigkeit
- Abhängigkeiten von anderen Faktoren: Regionalität, Saisonalität, abhängig von anderen Partner (Großhandel, Plattformen, Transport, etc.), Digitalisierung, u.v.m.
- Zahlungsmoral Ihrer Kunden
- Preis- und / oder Währungsentwicklungen
- Markttrends
- Ihre Produkte oder Dienstleistungen, substituierende Mitbewerberleistungen oder Marktveränderungen
- Potentiale für neue Absatzmärkte, Wertschöpfungen, Restrukturierungen, usw.
- Digitalisierung
- Neue innovative Geschäftsmodelle
- u.v.m.

Machen Sie sich dazu eine Liste und versuchen Sie, zu jedem Punkt eine umsetzbare Reaktion zu entwickeln, die Sie anwenden können, wenn sich einer der sensiblen Hauptfaktoren negativ entwickelt oder gar wegbricht.

Überlegen Sie aus Ihrer Unternehmerschaft mit Ihren Produkten oder Dienstleistungen, Synergie oder Umwegrentabilitäten zu entwickeln, die Ihre Geschäftstätigkeiten ausweiten oder festigen könnten.

Überarbeiten Sie Ihre Marktpräsenz (Homepage, Netzwerkverbreitungen, Social Media, Werbe- & Marketingunterlagen bzw. Maßnahmen)

Machen Sie eine Trendanalyse und ziehen Sie daraus Ihre Schlussfolgerungen für eine eventuelle Anpassung und Optimierung Ihrer Geschäftstätigkeiten.

Überlegen Sie ob es vielleicht sinnvoll wäre, Partnerschaften einzugehen – bis hin zu Beteiligungen.

Die Liste der Möglichkeiten ist lang - man muss sich nur damit beschäftigen und Hilfen dazu gibt es besonders über die Interessenvertretungen und Förderstellen in großem Umfang.

In Zeiten wie diesen, in denen Sie Ihre Geschäftstätigkeiten vorübergehend einschränken müssen, wäre jetzt der richtige Zeitpunkt dazu!

Gerne stehe ich ihnen, als auch eine Vielzahl anderer Organisationen, mit Rat & Tat zu Seite, um Ihre Herausforderungen zu bewältigen.

In diesem Sinne „Bleiben Sie gesund und halten Sie durch“

Gerne stehe ich Ihnen für ein erstes unverbindliches Telefonat zur Verfügung:



Ing. Michael L. Schmid

Inhaber der StrategieAgentur

Telefon: +43(0) 699 – 133 14 111

Email: Michael.Schmid@StrategieAgentur.at

Internet: www.StrategieAgentur.at