

K-Management-Book

Managementthemen für die Kunststoffbranche

Geschäftsmodelle | Benchmark | Branchenstruktur



Inhaltsverzeichnis

Einleitung	7
Branchen/Märkte	8
K-Brancheninsides	10
<i>Werkzeugbauer</i>	<i>11</i>
<i>Kunststoffverarbeiter</i>	<i>12</i>
<i>Rohstoffhersteller & Compoundierer</i>	<i>13</i>
<i>Maschinenbauer</i>	<i>15</i>
<i>Anbieter Zubehör</i> <i>(Heißkanal, Variothermie, Normalien usw.)</i>	<i>16</i>
<i>OEMs</i>	<i>17</i>
<i>Beispiel: Automobilbranche</i>	<i>19</i>
Merkmale und erste Handlungsempfehlungen in der Kunststoffverarbeitung	21
Potentiale und Strukturen	21
Neue Geschäftsmodelle für die Kunststoff-Industrie	24
Geschäftsmodellinnovationen	30
Case-Study Kunststofftechnik LÜD GmbH	31

Neue Märkte, Vorgehensweisen und Alleinstellungsmerkmale mit der

K-Business-Card	33
Neue Märkte	33
Neue Skills	37
Komplexität des Unternehmens	40
<i>Einzigartig/Komplexität</i>	<i>40</i>
<i>Moderne Fabrik</i>	<i>44</i>

Kunststofftechnik Alleinstellung-

Erste Vorgehensweise	44
Vorgehensweise Nischenstrategie	47

Vertriebsstrategie	49
Cross-Selling	51
<i>Merkmale & Vorteile</i>	<i>53</i>
<i>Beispiele</i>	<i>53</i>
Vermarktung über digitale Wege	57

Zusammenfassung/Handlungsempfehlungen63

Consulting Portfolio KIMW	66
Praxispart.....	68
Literaturverzeichnis	76

Einleitung

Durch die jahrelangen Brancheneinblicke in die Kunststoffindustrie, zeigen sich eine Vielzahl von Handlungsfeldern. Ziel dieses Buches und zukünftiger Fortsetzungen ist es, Managementthemen für die Branche vorzustellen. In dieser ersten Ausgabe liegt ein starker Schwerpunkt auf der Entwicklung von Alleinstellungsmerkmalen, beispielsweise für Kunststoffverarbeiter.

Wie gehe ich als Unternehmen neue Branchen und Märkte an? Wie agiere ich als Unternehmen und richte mich nicht nur an dem bestehenden Kundenkreis aus?

Im ersten Bereich wird kurz die Branche skizziert. Hierzu orientieren wir uns am Netzwerk des Kunststoff-Instituts Lüdenscheid, welches die gesamte Wertschöpfungskette abbildet und nahezu alle Branchen abdeckt, in denen Kunststoffe für die Bauteilproduktion genutzt werden.

Den Schwerpunkt stellen neue Geschäftsmodelle dar. Wie finde ich neue Ideen, z. B. mit der K-Businesscard? Wie entwickle ich als Unternehmen Alleinstellungsmerkmale?

Zudem werden Ansätze gezeigt, wie Sie Ihren Vertrieb strukturieren, Märkte aktiv angehen und durch Skalierung oder neue Ideen Umsätze generieren können.

Im Rahmen von Benchmark-Prozessen und des neuen K-Benchmark-Tools, können Sie Ihr Unternehmen auf den Prüfstand stellen und entwickeln Handlungsmöglichkeiten, um dem Wettbewerb besser zu begegnen.

Die Annahmen, Mechanismen, Muster und Modelle beruhen auf Praxiserfahrungen und sollen Ihnen als Unternehmen Impulse aufzeigen, die Sie letztendlich adaptieren und umsetzen können. Die Merkmale zu den Strukturen von Unternehmensgruppen stellen einen Praxisbericht dar, es können sich Abweichungen ergeben.

Branchen/Märkte

Das Netzwerk des Kunststoff-Instituts Lüdenscheid bildet die gesamte Wertschöpfungskette der Kunststoff-Industrie ab. Von namhaften Rohstofflieferanten und Compoundkernen, zu Werkzeugbauern, Kunststoffverarbeitern, über Maschinenlieferanten, bis hin zu den

- Leseprobe Ende -