

# Nicht klagen – agieren!



Dr. Francis  
Krähenbühl,  
Vorsitzender der  
Geschäftsführung  
Nexans Deutschland  
GmbH

Außer den Schwierigkeiten, die eine Krise kurzfristig mit sich bringt, bietet sie auch eine echte Gelegenheit – unter der Bedingung, dass die Unternehmen bestrebt sind, eine gute mittel- und langfristige Strategie zu erarbeiten. Leicht gesagt? Vielleicht. Aber einige der folgenden Überlegungen sind es wert, näher betrachtet zu werden.

Keine Region bleibt von der Krise verschont, d. h. auch keiner unserer internationalen Wettbewerber, ganz gleich ob dieser nun aus Asien, Russland oder Nordamerika kommt; er kann keinen Nutzen aus einer besseren lokalen Situation ziehen, um seine weltweite Wettbewerbsposition zu verbessern. Wir sind alle gleich betroffen, aber wir werden alle auch auf unterschiedliche Art und Weise aus dieser Situation hervorgehen.

Es gibt Unternehmen, die darauf warten, dass sich die Situation auf natürlichem Wege bessert und der Staat ihnen zur Hilfe eilt, um die schwierige Zeit zu überbrücken. Diese können sich auf Schwierigkeiten in der Zukunft gefasst machen. Denn es gibt ja noch die anderen Unternehmen, deren Führungsmannschaften und Mitarbeiter ernsthaft daran gearbeitet haben, sich der Situation anzupassen, Strukturen zu ändern, das Produkt- und Dienstleistungsangebot zu überarbeiten und schwerfällige Strukturen (die oftmals noch ein Überbleibsel aus guten Zeiten sind) zu ändern. Um kurzfristigen konjunkturellen Schwankungen die Stirn zu bieten, stellt der Staat den Unternehmen Werkzeuge wie die Kurzarbeit zur Verfügung. Aber keine dieser

Maßnahmen kann die strukturellen Abweichungen zwischen den Anforderungen des Markts und den Kosten bestimmter Organisationen korrigieren – einschließlich unserer Sozialsysteme.

Können wir in Europa weiterhin Massenprodukte ohne Mehrwert herstellen? Mit Sicherheit nicht! Hier stehen wir unter einem starken Wettbewerbsdruck von unseren Konkurrenten aus den Schwellenländern, die heute genauso gut, oftmals sogar schneller, aber vor allem preiswerter als die Europäer produzieren. Wenn es uns nicht gelingt, Produkte mit Mehrwert herzustellen, ist der Kampf bereits verloren. Dieser Mehrwert ist z. B. ein guter Service vor Ort, die Suche nach innovativen Lösungen in einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit dem Kunden und weniger eine reine Verkäufer-Käufer-Beziehung.

Unsere gesamte Wirtschaft wird von solchen Maßnahmen profitieren und gestärkt aus der Krise hervorgehen. Also keine Klagen und keine Panik; machen wir uns stattdessen an die Arbeit und bauen unsere Zukunft gemeinsam: Arbeitgeber, Arbeitnehmer, Gewerkschaften und Verbände. Genug der ideologischen Kämpfe, die nicht nur vergeblich, sondern auch noch kostspielig sind. Lassen Sie uns alle am selben Strang ziehen!