

Strategische Klarheit unter Druck



Wie Sie die richtigen Entscheidungen
treffen – und wieder Wirkung erzielen

Volker Wefers

Warum Strategie gerade unter Druck entscheidet

Viele Unternehmer erleben Situationen, in denen sich die Lage spürbar verändert: Ein wichtiger **Kunde bricht weg**, **Kosten steigen** schneller als geplant, die **Nachfrage** entwickelt sich **schwächer** oder die **Liquidität wird enger**, obwohl das Geschäft eigentlich läuft.

Nach außen wirkt das Unternehmen oft stabil. **Intern entsteht jedoch Druck**, der Entscheidungen schwieriger macht und bestehende Routinen infrage stellt.

In solchen Phasen liegt es nahe, die Aktivitäten zu erhöhen – im Vertrieb, im Marketing oder in einzelnen Projekten. Das ist nachvollziehbar, führt aber nicht zwangsläufig zu besseren Ergebnissen.

Das eigentliche Problem ist selten fehlender Einsatz. Es ist, dass am falschen Punkt angesetzt wird. Häufig fehlt die klare Entscheidung, wo angesetzt werden muss – und was bewusst nicht weiterverfolgt wird.

Genau darum geht es in diesem Impuls.

Sie erkennen damit schnell, **wo aktuell Ihr entscheidender Hebel liegt** – und **worauf Sie bewusst verzichten sollten**. Es geht darum, **Prioritäten zu schärfen** und die **Entscheidungen zu treffen**, die jetzt tatsächlich **Wirkung entfalten**.

Es geht nicht darum, alles gleichzeitig zu verändern – sondern gezielt dort anzusetzen, wo **der größte Hebel** liegt und andere Themen bewusst zurückzustellen.

Wenn diese Klarheit fehlt, entsteht Druck. Wenn sie entsteht, entsteht wieder Handlungsspielraum.

Im ersten Schritt geht es um eine Frage, die in jeder Drucksituation entscheidend ist: Wie lange reicht Ihr finanzieller Spielraum wirklich – und was bedeutet das konkret für Ihre nächsten Schritte?

Die folgenden Gedanken basieren auf über 30 Jahren Praxis in operativer Führung und Beratung unternehmerischer Entscheidungssituationen.

Ihr
Volker Wefers



1. Liquidität

Wie lange bleiben Sie handlungsfähig?

In einer Drucksituation entscheidet nicht zuerst Ihr Geschäftsmodell. Es entscheidet, wie lange Sie handlungsfähig bleiben.

Genau das ist eine Frage Ihrer Liquidität.

Viele Unternehmer wissen, wie ihr Unternehmen grundsätzlich läuft. Was häufig fehlt, ist die klare Antwort auf eine einfachere, aber entscheidende Frage:

Wie viele Wochen bleiben mir, wenn sich die aktuelle Situation nicht verbessert?

Solange diese Frage nicht beantwortet ist, treffen Sie Entscheidungen unter Unsicherheit. Es wird reagiert, statt gezielt gesteuert.

Was jetzt wirklich zählt

Liquidität ist kein Controlling-Thema. Sie entscheidet, ob Sie Zeit haben, die richtigen Entscheidungen zu treffen.

Ohne Klarheit über Ihre Liquidität entsteht Druck.

Und unter Druck werden Entscheidungen häufig kurzfristig, unsystematisch und mit zu geringer Wirkung getroffen.

Mit Klarheit über Ihre Liquidität entsteht etwas anderes: **Handlungsspielraum**. Und genau dieser Handlungsspielraum entscheidet, **ob Sie unter Druck reagieren – oder bewusst handeln**.

Zwei Fragen, die Sie beantworten müssen

- Wann wurde Ihre Liquidität zuletzt realistisch durchgerechnet – nicht auf Basis von Planwerten, sondern auf Basis der aktuellen Situation?
- Wie viele Wochen reicht Ihre Liquidität, wenn sich Umsatz, Kosten und Zahlungseingänge nicht verbessern?

Wenn Sie diese Fragen nicht klar beantworten können, fehlt die Grundlage für jede weitere Entscheidung.

Worum es jetzt geht

Ziel ist nicht, jede Möglichkeit auszuschöpfen. Ziel ist, Zeit zu gewinnen.

Nicht langfristig. Sondern kurzfristig – um handlungsfähig zu bleiben.

Dafür reichen in der Regel wenige, aber wirksame Maßnahmen.

Drei Hebel für kurzfristige Liquiditätsverbesserung

Wenn Liquidität knapp wird, geht es nicht um viele Maßnahmen. Sondern um die wenigen Hebel, die sofort Zeit schaffen.

1. Liquidität sichern

Im ersten Schritt geht es darum, zusätzliche Mittel verfügbar zu machen oder vorhandene Spielräume zu erweitern. Dazu gehören beispielsweise die Prüfung bestehender Kreditlinien, die Verhandlung von Zahlungszielen oder das konsequente Einziehen offener Forderungen.

2. Abflüsse reduzieren oder verschieben

Gleichzeitig sollten Ausgaben konsequent hinterfragt werden. Nicht im Sinne pauschaler Kürzungen, sondern mit Blick auf Priorität und Wirkung: Was ist jetzt wirklich notwendig – und was kann verschoben oder neu strukturiert werden, ohne die Handlungsfähigkeit zu gefährden?

3. Zuflüsse beschleunigen

Der dritte Hebel liegt darin, bestehende Nachfrage schneller in Liquidität zu verwandeln. Das kann über Anzahlungen, gezielte Maßnahmen mit direkter Umsatzwirkung oder eine aktivere Ansprache bestehender Kunden geschehen.

Entscheidend ist nicht die Anzahl der Maßnahmen, sondern die **Auswahl der wirksamsten Hebel**. Oft reichen zwei oder drei klare Entscheidungen, um kurzfristig spürbar Luft zu schaffen.

Der entscheidende Punkt

Die größte Gefahr liegt nicht in zu wenigen Maßnahmen. Sie liegt darin, zu viele gleichzeitig zu verfolgen.

Konzentrieren Sie sich auf die wenigen Hebel, die kurzfristig spürbare Wirkung haben. Alles andere bindet Zeit, die Sie gerade nicht haben.

Fazit

Liquidität verschafft Ihnen

Zeit. Zeit verschafft Ihnen Handlungsspielraum.

Und genau dieser Handlungsspielraum entscheidet, ob Sie unter Druck reagieren – oder bewusst entscheiden.



2. Ihr Geschäftsmodell

Was trägt jetzt – und was muss sich darüber hinaus ändern?

Wenn der Druck steigt, wird das Geschäftsmodell nicht schlechter.
Aber es zeigt, was wirklich trägt – und was nicht.

Plötzlich zeigen sich Unterschiede, die im Alltag kaum auffallen:
Einige Kunden bleiben stabil. Andere brechen weg.
Einige Leistungen lassen sich weiterhin gut verkaufen. Andere werden zäh oder preisgetrieben.
Manches Geschäft trägt. Anderes bindet vor allem Zeit und Energie.

Genau in diesen Phasen entscheidet sich, ob Sie am richtigen Teil Ihres Geschäftsmodells arbeiten – oder nur beschäftigt sind.

1. Was in den nächsten 90 Tagen wirklich zählt

Unter Druck geht es nicht zuerst um das gesamte Geschäftsmodell.
Es geht darum, kurzfristig Wirkung zu erzielen.

Die zentrale Frage lautet deshalb nicht:
Wie sollte unser Geschäftsmodell grundsätzlich aussehen?

Sondern:

Womit verdienen wir aktuell wirklich Geld – und was hält uns davon ab, genau das konsequent auszubauen?

Typische Situationen aus der Praxis:

Ein Unternehmen hat ausreichend Aufträge – aber ein großer Teil davon ist margenschwach oder organisatorisch aufwendig.

Ein anderer Betrieb merkt, dass sich bestimmte Leistungen weiterhin gut verkaufen lassen, während andere immer schwerer durchzusetzen sind.

Oder der Vertrieb läuft – aber vor allem über individuelle Lösungen, die jedes Mal neu aufgebaut werden müssen.

In solchen Fällen hilft keine zusätzliche Aktivität.
Es braucht Klarheit darüber, was wirklich trägt.

Vier Fragen reichen oft aus, um diese Klarheit zu gewinnen:

- **Welche Leistungen tragen aktuell verlässlich zu Ergebnis und Liquidität bei?**
- **Welche Kunden oder Aufträge sind wirtschaftlich attraktiv – und welche binden vor allem Ressourcen?**
- **Wo entsteht unnötige Komplexität, die kurzfristig reduziert oder gestoppt werden kann?**
- **Welche Abhängigkeiten (z. B. von Lieferanten) gefährden aktuell Ihre Leistungsfähigkeit?**

Ziel ist nicht, alles zu optimieren.

Ziel ist, die wenigen Hebel zu identifizieren, die in den nächsten 90 Tagen spürbare Wirkung entfalten.

Das kann konkret bedeuten:

- Leistungen konsequent zu priorisieren
- Aufträge gezielt abzulehnen
- Komplexität aktiv zu reduzieren
- Themen bewusst zu stoppen

Diese Entscheidungen sind selten bequem. Aber sie schaffen sofort Wirkung.

2. Was darüber hinaus grundsätzlich geklärt werden muss

Sobald kurzfristig wieder Handlungsspielraum entsteht, stellt sich die nächste Frage:

Soll das Geschäftsmodell so bleiben – oder muss es grundsätzlich geschärft werden?

Denn vieles, was unter Druck sichtbar wird, ist nicht neu.
Es war vorher schon da – nur weniger spürbar.

Typische Muster:

- Zielgruppen sind über die Jahre breiter geworden, als sinnvoll ist
- Leistungen wurden ergänzt, ohne klaren Fokus
- der Kundennutzen ist nicht mehr eindeutig formuliert
- Wachstum entsteht eher zufällig als strukturiert

Genau hier beginnt die eigentliche strategische Arbeit.

Nicht im Ausbau.
Sondern in der Klärung.

Dabei geht es im Kern um drei Entscheidungen:

- **Für wen wollen wir künftig wirklich relevant sein – und für wen bewusst nicht?**
- **Welches konkrete Problem lösen wir so klar, dass Kunden sich bewusst für uns entscheiden?**
- **Welche Leistungen zahlen gezielt auf diesen Nutzen ein – und welche gehören nicht mehr in den Fokus?**

Diese Fragen wirken einfach. In der Praxis sind sie die schwierigsten Entscheidungen im Unternehmen, weil sie immer auch Verzicht bedeuten.

Doch genau dieser Verzicht schafft Fokus. Und Fokus entscheidet über Wirkung.

Was sich dadurch verändert

Wenn kurzfristige Wirkung und strukturelle Klarheit zusammenkommen, verändert sich das Unternehmen spürbar:

Der Vertrieb wird einfacher, weil nicht mehr alles verkauft werden muss.
Das Angebot wird klarer, weil es einem erkennbaren Muster folgt.
Und Entscheidungen fallen schneller, weil klar ist, was zählt.

Vor allem entsteht das, was unter Druck am meisten fehlt:
Orientierung.

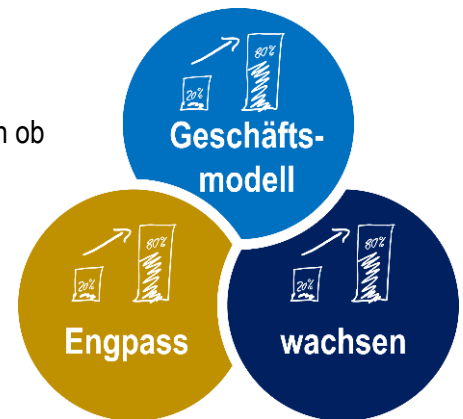
*Der Engpass bestimmt, wo Sie im
Geschäftsmodell ansetzen müssen*

Fazit

Unter Druck zeigt sich nicht, ob ein Geschäftsmodell existiert. Sondern ob Sie am richtigen Teil davon arbeiten.

Kurzfristig geht es darum, die wenigen wirksamen Hebel zu nutzen.
Darüber hinaus geht es darum, das Geschäftsmodell so zu schärfen,
dass Wirkung nicht zufällig entsteht.

Beides gehört zusammen. Aber nicht gleichzeitig.



3. Zielgruppe und Positionierung unter Druck

Für wen sind Sie jetzt wirklich relevant – und wofür?

Unter Druck zeigt sich sehr schnell, welche Kunden weiterhin entscheiden – und welche abwarten, verschieben oder ganz ausfallen.

Gleichzeitig wird sichtbar, welche Leistungen als notwendig wahrgenommen werden – und welche nur dann funktionieren, wenn aktiv überzeugt oder nachverhandelt werden muss.

Genau hier entsteht die zentrale Herausforderung:

Nicht jeder Umsatz ist gleich wertvoll. Und nicht jede Zielgruppe trägt in dieser Phase.

1. Zielgruppe unter Druck

Die entscheidende Frage lautet nicht:

Welche Zielgruppen bedienen wir grundsätzlich?

Sondern:

Welche Kunden haben aktuell ein Problem, das sie lösen müssen – und bereit sind, dafür zu entscheiden?

Typische Beobachtungen aus der Praxis:

Ein Teil der Kunden hält Budgets zurück und entscheidet langsamer.
Ein anderer Teil steht selbst unter Druck und muss handeln – oft schneller als zuvor.
Wieder andere kaufen nur noch sehr selektiv und vergleichen intensiver.

In dieser Situation bringt es wenig, alle Zielgruppen gleich zu behandeln.

Es geht darum, gezielt zu unterscheiden:

- **Welche Kunden haben aktuell einen konkreten Handlungsdruck?**
- **Bei welchen Zielgruppen ist Ihr Angebot weiterhin unmittelbar relevant?**
- **Wo entstehen Entscheidungen – und wo vor allem Gespräche ohne Abschluss?**

Ziel ist nicht, den Markt vollständig zu bearbeiten.

Ziel ist, die Zielgruppen zu identifizieren, bei denen aktuell echte Bewegung entsteht.

2. Positionierung unter Druck

Mit der Zielgruppe allein ist es nicht getan. Entscheidend ist, wofür Sie in dieser Situation stehen.

Unter Druck wird Positionierung nicht breiter, sondern enger.

Die Frage lautet deshalb:

Welches konkrete Problem lösen Sie für Ihre Zielgruppe so klar, dass eine Entscheidung naheliegt?

In stabilen Zeiten können Unternehmen auch mit breiteren Angeboten arbeiten.

Unter Druck dagegen funktioniert vor allem das, was sofort verständlich und erkennbar relevant ist.

Typische Ansatzpunkte:

- Ein klar umrissenes Problem statt eines breiten Leistungsspektrums
- Ein konkreter Nutzen statt allgemeiner Leistungsversprechen
- Ein Angebot, das sich schneller erklären und leichter entscheiden lässt

Wenn diese Klarheit fehlt, entscheiden Kunden nicht oder erst nach langen Prozessen.

3. Was sich kurzfristig verändern lässt

Auch hier gilt: Es geht nicht um eine vollständige Neuausrichtung, sondern um gezielte Anpassungen.

Oft reichen wenige Entscheidungen, um spürbar Wirkung zu erzeugen:

- Zielgruppen enger fassen und gezielter ansprechen
- Leistungen stärker auf konkrete Probleme ausrichten
- Angebote vereinfachen und klarer strukturieren
- Kommunikation auf das Wesentliche reduzieren

Diese Schritte wirken häufig schneller, als erwartet.

4. Der Zielbild-Filter

Bei aller kurzfristigen Fokussierung stellt sich eine zusätzliche Frage:

Passt die Zielgruppe und Positionierung, auf die Sie jetzt setzen, auch zu dem Unternehmen, das Sie mittelfristig stärken wollen?

Unter Druck entstehen schnell Lösungen, die kurzfristig helfen, aber langfristig nicht tragen.

Deshalb lohnt sich ein kurzer Abgleich:

- Stärkt diese Zielgruppe Ihr Profil – oder verwässert sie es weiter?
- Passt dieses Angebot zu dem Bild, für das Sie stehen wollen?
- Ist das ein sinnvoller Schritt nach vorn – oder nur ein Ausweichen?

Es geht nicht darum, sofort alles perfekt auszurichten.
Aber darum, nicht in eine Richtung zu laufen, die später wieder korrigiert werden muss.



Nicht alles, was verfügbar ist, passt zu Ihnen.

Was sich dadurch verändert

Wenn Zielgruppe und Positionierung klarer werden, verändert sich der Vertrieb spürbar:

Gespräche werden konkreter.
Angebote werden verständlicher.
Entscheidungen fallen schneller.

Vor allem entsteht das, was unter Druck oft fehlt:
Fokus.

Fazit

Unter Druck funktioniert nicht, wer alles anbietet.
Sondern wer für die richtigen Kunden ein klares Problem löst.

Kurzfristig geht es darum, die Zielgruppen zu identifizieren, bei denen Bewegung entsteht.
Darüber hinaus darum, die eigene Positionierung so zu schärfen, dass sie trägt.

Beides entscheidet darüber, ob aus Aktivität wieder Wirkung wird.

4. Umsetzung unter Druck

Worauf Sie sich jetzt konzentrieren sollten

Unter Druck entsteht schnell der Impuls, viele Themen gleichzeitig anzugehen: Vertrieb intensivieren, Kosten senken, neue Angebote entwickeln, Prozesse verbessern.

Das ist nachvollziehbar – führt aber häufig dazu, dass sich die Wirkung verteilt.

Es wird viel gearbeitet. Aber wenig verändert sich spürbar.

Der entscheidende Grundsatz

Wirkung entsteht nicht durch mehr Aktivität, sondern durch klare Priorität.

Gerade unter Druck kommt es darauf an, den einen Punkt zu identifizieren, der aktuell den größten Unterschied macht.

Die richtige Reihenfolge

Bevor Sie Maßnahmen starten, sollte klar sein, worauf Sie aufbauen:

1. **Liquidität sichern**
Damit Sie Zeit haben, überhaupt zu entscheiden.
2. **Geschäftsmodell klären**
Damit Sie wissen, was aktuell trägt.
3. **Zielgruppe und Positionierung schärfen**
Damit Sie wissen, für wen und wofür Sie arbeiten.

Erst auf dieser Basis wird Umsetzung wirksam.

Der Engpass entscheidet

In jedem Unternehmen gibt es einen Punkt, der die aktuelle Entwicklung am stärksten begrenzt.

Solange dieser Engpass nicht gelöst ist, bleiben andere Maßnahmen unter ihren Möglichkeiten.

Typische Engpässe sind:

- zu wenige Abschlüsse im Vertrieb
- ein unklares oder zu breites Angebot
- Prozesse, die Umsetzung verzögern
- fehlende Liquiditätsspielräume

Die konkrete Ausprägung ist unterschiedlich. Das Prinzip ist immer gleich:

Arbeiten Sie nicht an allem – sondern am Engpass.

Was jetzt konkret umzusetzen ist

Konzentrieren Sie sich für die nächsten 30 bis 90 Tage auf genau einen Schwerpunkt.

Je nach Situation kann das zum Beispiel bedeuten:

- den Vertrieb klar strukturieren und auf Abschluss ausrichten
- das Angebot vereinfachen und verständlicher machen
- bestehende Kunden gezielt aktivieren
- Abläufe so anpassen, dass Entscheidungen schneller umgesetzt werden

Wichtig ist nicht, wie viele Maßnahmen Sie starten, sondern dass Sie einen klaren Schwerpunkt setzen – und diesen konsequent verfolgen.

Was Sie bewusst vermeiden sollten

Unter Druck passieren typische Fehlmuster:

- parallel an mehreren großen Themen arbeiten
- neue Projekte starten, ohne bestehende zu klären
- Systeme aufbauen, bevor Klarheit über Inhalte besteht

Das führt selten zu besseren Ergebnissen – sondern zu zusätzlicher Komplexität.

Fazit

Unter Druck entscheidet nicht, wie viel Sie umsetzen.

Sondern ob Sie am richtigen Punkt ansetzen – und diesen konsequent verfolgen.

Wenn das gelingt, entsteht aus Aktivität wieder Wirkung.



Ein Punkt. Darauf kommt es jetzt an.

5. Schneller ans Ziel kommen

Wie Sie Umsetzung wieder wirksam machen

Unter Druck fehlt selten die Erkenntnis.
Die meisten Unternehmer wissen sehr genau, wo es hakt.

Was häufig fehlt, ist die **konsequente Umsetzung**.

Nicht, weil zu wenig getan wird, sondern weil zu viele Themen gleichzeitig verfolgt werden – und sich die Wirkung dadurch verteilt.

Der entscheidende Unterschied

Es gibt einen klaren Unterschied zwischen Aktivität und Fortschritt.

Aktivität entsteht, wenn viele Themen parallel angestoßen werden.
Fortschritt entsteht, wenn ein klarer Schwerpunkt gesetzt und konsequent umgesetzt wird.

Gerade unter Druck ist dieser Unterschied entscheidend.

Ein pragmatischer Ansatz

In der Praxis hat sich ein einfaches Vorgehen bewährt:

Arbeiten Sie in klar abgegrenzten Zeiträumen – nicht parallel an allem, sondern fokussiert.

Ein Zeitraum von 90 Tagen ist dafür gut geeignet.

Er ist kurz genug, um schnell Wirkung zu sehen.
Und lang genug, um Veränderungen tatsächlich umzusetzen.

So gehen Sie konkret vor

1. Klarheit herstellen

Wo stehen Sie aktuell?

Was ist der eine Punkt, der Ihre Entwicklung im Moment am stärksten begrenzt?

2. Schwerpunkt festlegen

Welches Thema bringt in den nächsten 90 Tagen die größte Wirkung?

3. Umsetzung strukturieren

Welche konkreten Schritte führen zu diesem Ziel – und wer übernimmt die Verantwortung?

Worauf es dabei ankommt

Begrenzen Sie sich bewusst.

Ein Schwerpunkt.
Keine Sammlung von Maßnahmen.

Ein klarer Plan.
Keine parallelen Initiativen.

Das ist oft ungewohnt, weil viele Themen gleichzeitig wichtig erscheinen.
Gerade deshalb wirkt es.

Wo Umsetzung häufig scheitert

Nicht an fehlendem Wissen.
Sondern an fehlender Entscheidung.

Wenn Prioritäten nicht klar gesetzt werden, entsteht Bewegung – aber keine Richtung.
Und ohne Richtung bleibt Wirkung aus.

Ein zusätzlicher Impuls

Gerade in Phasen mit hohem Druck beschleunigt ein externer Blick die Umsetzung deutlich.

Nicht, um Entscheidungen abzugeben.
Sondern um schneller Klarheit zu gewinnen und den Fokus zu halten.

Ein erfahrener Sparringspartner bringt Struktur, stellt die richtigen Fragen und sorgt dafür, dass vereinbarte Schwerpunkte auch konsequent umgesetzt werden.

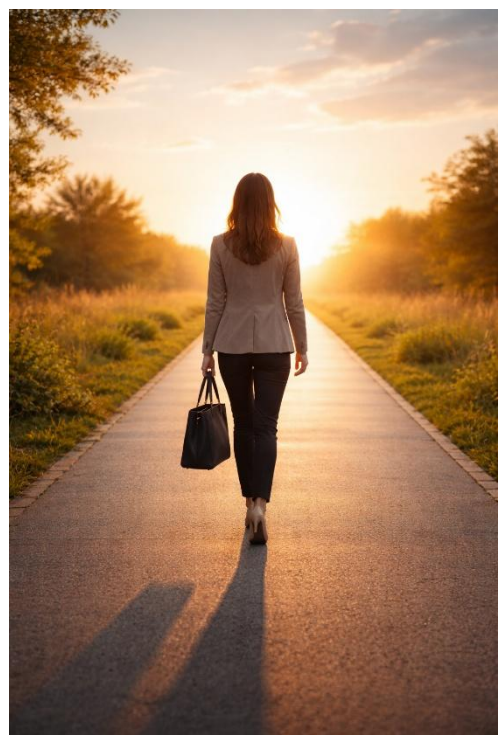
Das spart Zeit – und vermeidet Umwege.

Fazit

Schneller ans Ziel kommen bedeutet nicht, mehr zu tun.

Sondern, das Richtige konsequent umzusetzen.

Wenn Sie einen klaren Schwerpunkt setzen und diesen fokussiert verfolgen, entsteht aus Aktivität wieder Fortschritt.



6. Wann Sie juristischen Rat einholen sollten

In Drucksituationen geht es nicht nur um Strategie. Sondern auch darum, rechtzeitig die richtigen rechtlichen Schritte zu prüfen.

Der entscheidende Punkt ist nicht, ob ein Problem existiert, sondern wie früh Sie darauf reagieren.

Je früher Klarheit entsteht, desto größer ist Ihr Handlungsspielraum.

Typische Anzeichen, bei denen Sie genauer hinschauen sollten

- Die Liquidität wird dauerhaft enger
- Verbindlichkeiten können nicht mehr wie geplant bedient werden
- Zahlungsziele werden regelmäßig überschritten
- Neue Verpflichtungen lassen sich nur noch schwer eingehen

Spätestens an dieser Stelle reicht eine rein operative oder strategische Betrachtung nicht mehr aus.

Worum es jetzt geht

Es gibt unterschiedliche rechtliche Wege, mit solchen Situationen umzugehen.

Dazu gehören beispielsweise:

- Sanierungsverfahren (z. B. nach StaRUG)
- Insolvenz in Eigenverwaltung
- klassische Insolvenzverfahren

Diese Optionen unterscheiden sich erheblich – vor allem im Hinblick auf Gestaltungsspielraum, Einfluss und Ablauf.

Der entscheidende Gedanke

Alle diese Wege haben eines gemeinsam:

Sie erfordern Klarheit und einen Plan.

Wer frühzeitig handelt, hat in der Regel deutlich mehr Möglichkeiten, die Situation aktiv zu gestalten.

Wer zu lange wartet, reduziert diese Möglichkeiten oft erheblich.

Was das für Sie bedeutet

Wenn sich abzeichnet, dass finanzielle Engpässe strukturell werden könnten, ist es sinnvoll, frühzeitig

externen Rat einzubeziehen.

Nicht als Zeichen von Schwäche, sondern als Teil einer verantwortungsvollen Unternehmensführung.



*Entscheidend ist nicht nur abzuwägen
– sondern rechtzeitig zu entscheiden.*

7. Wenn Sie das Thema strukturiert angehen möchten

Viele der angesprochenen Punkte lassen sich allein reflektieren.

In der Praxis zeigt sich jedoch häufig:

Die größte Herausforderung liegt nicht im Verständnis – sondern in der klaren Einordnung und Priorisierung.

Wenn Sie Ihre aktuelle Situation strukturiert durchgehen und zu klaren Entscheidungen kommen möchten, beschleunigt ein externer Blick diesen Prozess deutlich.

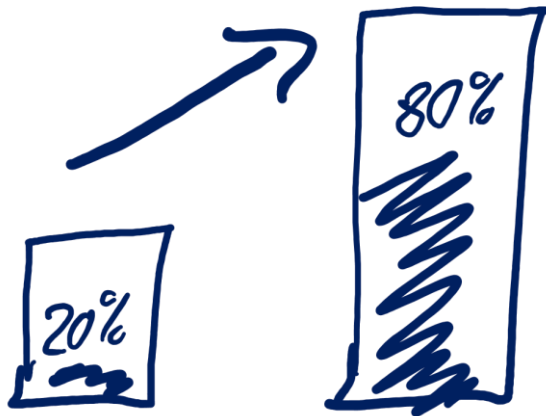
Im **Strategie-Klarheits-Workshop** arbeiten wir genau daran:

- Ihre aktuelle Situation wird gemeinsam eingeordnet
- der zentrale Engpass wird klar benannt
- und es entsteht ein fokussierter Plan für die nächsten 90 Tage

Ziel ist nicht ein umfangreiches Konzept, sondern Klarheit darüber, worauf Sie sich jetzt konzentrieren sollten. Je früher diese Klarheit entsteht, desto schneller entsteht wieder Wirkung.

**Wenn Sie das für Ihre Situation konkret durchgehen
möchten, sprechen Sie mich gerne an.**

PARETO-Strategien



20 % Fokus = 80% Wirkung

Die entscheidende Frage ist nicht, was Sie tun. Sondern worauf Sie sich jetzt konzentrieren.

Genau darum geht es im Strategie-Klarheits-Workshop:

Klarheit über den entscheidenden Hebel – und ein konkreter Plan für die nächsten 90 Tage.

Wenn Sie das für Ihre Situation konkret klären möchten, vereinbaren Sie direkt einen Termin.

<https://volker-wefers.de/terminvereinbarung/>

Kontakt / Impressum

Wefers Consulting
Volker Wefers
Lise-Meitner-Str. 1-13
42119 Wuppertal

wefers
CONSULTING

E-Mail: wefers-consulting@volker-wefers.de
Telefon: 0202/72518090
www.volker-wefers.de

- ✓ Profitabilität steigern
- ✓ Differenzierung im Wettbewerb
- ✓ Mit weniger Aufwand mehr erreichen

Über 30 Jahre Erfahrung in operativer Führung und Beratung im Mittelstand

Copyright: Alle Texte, alle Fotos, alle Gestaltungselemente dieses Newsletters sind – sofern nicht ein anderes Copyright angegeben ist – für Volker Wefers urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung von Volker Wefers unzulässig.

Hinweis zum Teledienstgesetz: Für Internetseiten Dritter, auf die Volker Wefers durch sogenannte Links verweist, tragen die jeweiligen Anbieter die Verantwortung. Volker Wefers ist für den Inhalt solcher Seiten Dritter nichtverantwortlich.

Texte und Redaktion: Volker Wefers

Bildnachweise: Pixabay, ChatGPT, eigene Erstellung