

06.05.2020 17:05 CEST

Corona- ‚Auszeit‘ für strategische Neuausrichtung nutzen



Gestärkt aus der Krise gehen? Ja, das kann funktionieren!

Viele Unternehmer in der Event- oder Gastronomiebranche stehen derzeit mit dem Rücken zur Wand und bangen um den Fortbestand ihrer Firma. Fehlende Umsätze, schmelzendes Eigenkapital und gleichzeitig fortbestehende Kreditverbindlichkeiten – ein aussichtsloser Alptraum?

Mit nachfolgenden Zeilen, begründet auf ganz eigenen Erfahrungen, möchte ich Betroffenen hiermit Mut machen, Kraft geben und durchaus auch moralisch den Rücken stärken.

Wer wie ich eine fast 30- jährige unternehmerische Erfahrung und dabei auch schon einmal selbst eine Insolvenz abgewickelt hat, sieht nämlich der jetzigen, in den meisten Fällen ja nicht selbst verschuldeten Situation (ggf.) doch etwas gelassener entgegen.

Wobei meine eigene Situation vor damals 18 Jahren es auch ‚in sich‘ hatte - und trotzdem ging es weiter! Dabei hatte ich als geschäftsführende Gesellschafterin einer GmbH für die Gesamtfinanzierung zwangsläufig auch die persönliche Haftung für immerhin 1,4 Mio. DM (!) übernehmen müssen. Das Aus der Füllett –Projektgesellschaft war damals letztendlich der von Anfang an verfehlten Finanzierungsstrategie geschuldet, welche in meinem Auftrag für viel Geld (teils auch Fördermittel) von ‚Unternehmens-und Wirtschaftsberatern‘ erstellt wurde (welche sich dann aber erwartungsgemäß in der Krisensituation nicht mehr verantwortlich

fühlten...).

Bei der Abwicklung der Gesellschaft habe ich dann aber trotz allem kühlen Kopf bewahrt, bin sehr strategisch und weitsichtig vorgegangen und dadurch, zum großen Erstaunen meines gesamten Umfeldes, persönlich fast völlig unbeschadet aus der Geschichte rausgekommen - d. h. ich habe auch keine Privatinsolvenz anmelden müssen!

Ich gebe zu, ich bin noch heute stolz darauf, dass ich mich letztendlich *ohne* jegliche Hilfe Dritter aus dieser Situation befreien und gleichzeitig auch den Grundstein für das nachfolgende Füllett-Projekt legen konnte. Ja, letztendlich war die Pleite der damaligen Firma sogar ein finanzieller ‚Befreiungsschlag‘ für mich ;-)...

Zu dem Satz, ‚jede Krise birgt auch eine Chance‘, stehe ich deshalb selbst zu 100%. Um eine mögliche Chance aber nutzen zu können, muss man den Fakten auch ganz nüchtern und vor allem vorausschauend ins Auge sehen, entsprechend schnell reagieren und vor allem bereit sein, in der Zukunft ggf. auch ganz neue Wege zu gehen. Das sind wohlgerne nicht nur leere Worte, sondern meine, auf o. g. Tatsachen beruhende eigene unternehmerische Erfahrung.

Im Übrigen sind wir als Füllett Hersteller & Direktvermarkter derzeit keinesfalls besser als unsere Kunden gestellt – denn wenn es Ihnen, unseren Kunden schlecht geht, kann es uns als Lieferanten auch nicht gut gehen.

Somit heißt doch das gemeinsame Ziel: die derzeitige Krise überstehen, was zumindest für mich bedeutet ‚Kopf hoch und neu gedacht‘!

Gerade in der Gastronomie müssen jetzt bestehende Geschäftskonzepte auf Zukunftstauglichkeit geprüft und ggf. entsprechend angepasst werden. Das dies natürlich unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit, des Umweltbewusstseins und der Müllvermeidung stehen sollte, versteht sich von selbst – schließlich bietet das die Möglichkeit, sich zukünftig von weniger weitsichtigen Mitbewerbern (welche es immer geben wird) abzugrenzen und Gäste für das eigene Konzept zu begeistern.

Denn Fakt ist wohl: die meisten Menschen werden sich in Kürze durch Arbeitslosigkeit, Kurzarbeit oder eben auch dem Scheitern des eigenen Unternehmens sehr, sehr viel weniger leisten können – d. h. Essen gehen wird für viele Leute mehr oder weniger ‚Luxus‘ werden. Und wer sich diesen Luxus dann doch leisten kann und will (egal ob im Restaurant oder ToGo) der wird sicherlich zukünftig bewusster konsumieren, was auch eine höhere Erwartungshaltung in puncto Leistung/ Qualität bedeutet. So wird auch der Einsatz nachhaltiger, umweltfreundlicher und innovativer Produkte, bestenfalls ‚Made in Germany‘, mit Sicherheit seitens der Gäste sehr viel positiver aufgenommen werden. Vorausgesetzt, dies wird im eigenen Interesse, z. B. zur Kundenbindung, seitens des gastronomischen Anbieters

auch entsprechend klug kommuniziert.

Sich diesem Anspruch seiner Gäste ganz bewusst zu stellen und sich in seinem Umfeld ein sichtbares Alleinstellungsmerkmal aufzubauen, könnte derzeit die richtige Strategie sein, um aus der derzeitigen Krise vielleicht sogar gestärkt hervorzugehen. Bestenfalls mit reduziertem Gesamtaufwand, geringeren Kosten bei gleichzeitig attraktiverer Umsatzrendite.

Welche konzeptionellen Möglichkeiten unser [Füllett - Sortiment](#) dafür bietet, können Sie [hier lesen](#). Bei Bedarf beraten wir Sie dazu gern ganz individuell auf Ihre Bedürfnisse abgestimmt und erarbeiten mit Ihnen gemeinsam ein entsprechendes Konzept. Und da wir, wie [hier](#) zu lesen ist, ursprünglich selbst aus der Gastronomie kommen, können Sie durchaus auch von entsprechendem Branchenwissen und Sachverstand ausgehen;-)...

Egal unter welchen Gesichtspunkten Sie uns kontaktieren- wir sind für Sie da!

Bleiben Sie gesund – und Kopf hoch, das Leben geht, wenn auch ggf. anders, weiter!!

Stand 09/2020

Kontaktpersonen



Marion Thiele

Pressekontakt

Geschäftsführerin

thiele@fuellett.de

0049 351 3190 5605