

Von Milchkühen und armen Hunden!

Frage: Welche Produkte und Dienstleistungen sind Ihre Milchkühe und welche die armen Hunde? Sie verstehen nur Bahnhof? Dieses Modell aus der Beratungspraxis (Boston-Matrix) teilt Produkte und Dienstleistungen in vier grundsätzliche Felder ein. Hinzu kommen noch „Fragezeichen“ und „Stars“. Es geht darum, zu erkennen, welche Produkte welchen Beitrag zum Unternehmen leisten (können).

Hier die Unterteilung im Groben mit Beispielen:

1. Die Fragezeichen: Die Newcomer – viel Wachstum möglich, aber auch eine Fehleinschätzung! Der Erfolg steht noch aus. Beispielsweise neue Zwiebelsortimente oder eine innovative Beratung für die Gartenanlage in Eigenregie. Hier sind häufig auch Investitionen im Einkauf oder/und Marketing erforderlich.

2. Die Stars: Die Produkte, die Wachstum generieren, gut kalkuliert sind und gut nachgefragt werden. Das können aktuelle Deko-Ideen oder auch neue Service-Ideen sein. Dies können aber ebenso Sachen sein, die Ihre Wettbewerber noch nicht entdeckt haben.

3. Milchkühe: Hoher Marktanteil, die Geldbringer. Allerdings wenig Wachstum und Innovation möglich. Im Endverkauf sind das beispielsweise Orchideen, in der Dienstleistung feste Pflegeaufträge.

4. Arme Hunde: Hoher Marktanteil, jedoch mit absteigender Tendenz. Die Auslaufprodukte. Zum Beispiel Grünpflanzen, aber auch vielleicht der Winterdienst bei Ihnen.

Teilen Sie einmal Ihr Portfolio grob in einer Liste nach diesen Kategorien mit Umsatz und Ertragsgröße

ein. So gibt es schnell Klarheit, was wie läuft. Typischerweise verläuft die Kurve von 1 zu 4 über die Zeit. Nur wenige Produkte bleiben sehr lange „Milchkühe“! Und auch Kühe brauchen Futter und Pflege, (= Unterstützung und Verbesserung), um weiter Milch zu geben.

Ganz viel Kraft müssen Sie aber in die Fragezeichen setzen. Unabhängig davon, dass hier noch kein Geld verdient wird. Das Finden neuer Produkte/Dienstleistungen ist eine wichtige Unternehmer-Aufgabe.

Weil immer wieder Produkte von Milchkühen zu armen Hunden werden, braucht es in dem Kreislauf auch immer wieder neue Stars. Sonst verarmt das Profil im Geschäft, und es geht mittelfristig häufig bergab. Tückisch ist, dass das Augenmerk auf die Fragezeichen sogar Geld und Zeit kostet. Wer hier spart, gewinnt also kurzfristig, verliert aber langfristig den Anschluss. Häufig auch in großen Firmen zu sehen. Wer gutes Geld verdient und „satt“ ist, baut oft langfristig ab. Und gerade deshalb ist es wichtig, alle Segmente im Auge zu behalten. Täglich mit den Milchkühen Geld verdienen, die Fragezeichen zu Stars entwickeln und die armen Hunde abstoßen. Schon durch die Einstellung einiger Verlustbereiche wird oft viel Kraft frei, die in den anderen Bereichen dringend benötigt wird!

Viel Erfolg bei der Einteilung!

„Wer gutes Geld verdient und ‚satt‘ ist, baut oft langfristig ab.“

Rupert Fey mit der Unternehmensberatung beyond-flora ist Vermarktungsexperte für den grünen Markt. Schwerpunkte sind Vermarktung, Organisation und Strategieentwicklung. Kunden und Projekte kommen aus Gartenbau, Handel und der Zuliefererindustrie.

Kontakt: info@beyond-flora.com www.beyond-flora.com



Foto: privat