Revisionsvorschlag – Leitbild

Leitidee: Die Liquor AG will ein marktorientiertes Unternehmen mit einer kreativen und aggressiven Marktpolitik sein. Ihr Image beruht auf Prestige und Flexibilität. Ihre Entwicklung zu einer internationalen Gruppe wird beschleunigt.

1 Leistungsprogramm

1.Priorität:

Stärkung der Hausmarke (Whisky) «Old Friend» und Ausbau zur Weltmarke. [1]

2.Priorität

Aufbau einer Eigenproduktion in kalifornischen Weinen und gemeinsame Vertriebsorganisation mit «Old Friend».

3.Priorität

Vertrieb von neu zu entwickelnden Fruchtsäften, denen in der öffentlichen Meinung Prestige zukommt.

Sämtliche Handelsvertretungen sind innerhalb von fünf Jahren abzugeben.

Das Produkt «Old Friend» rangiert vor allen andern Produkten [2] . Seine einmalige Qualität muss erhalten bleiben.

2 Marktvorgaben

1. Priorität

Die Marktpositionen in den USA, Kanada und Westeuropa sind zu stärken.
Mit «Old Friend» ist auf diesen Märkten ein Marktanteil von 15% anzustreben.

2. Priorität

Südamerika und Japan.
Anzustreben ist eine gleichermassen starke Distribution in Handelsgeschäften und in Gaststätten.
Für günstige Plazierungen sind Hilfestellungen (Beratung, Körbe, Ausstellungskasten usw.) zu gewähren. [3]
Die Werbung ist auf Firmenimage (Flexibilität, Vielseitigkeit), auf Anpassung an den Anlass sowie auf Prestige auszurichten. Als Grundsatz gilt: Beste Qualität zu höheren Preisen.

3 Wachstum

Alle Massnahmen sind in erster Priorität auf Wachstum auszurichten. [4] Der Gesamtumsatz soll jährlich in jedem Land im Ausmass des Gesamtwachstums der Getränkebranche steigen.

4 Innovationspolitik

1. Priorität

Entwicklung einer eigenen kalifornischen Weinproduktion durch gezielten Aufkauf von Weingütern sowie Aufbau eines eigenen Spezialistenteams für Weine.

2. Priorität

Entwicklung von Fruchtsäften unter dem jeweils aktuellen Trend (Gesundheit, Stärkung) länderweise.

5 Investitionspolitik und Finanzierung

Die Investitionen erfolgen im Rahmen von Budgetvorgaben dezentral mit folgenden Prioritäten:

1. Investitionen zu Neuentwicklungen
2. Modernisierungsinvestitionen

In den nächsten fünf Jahren ist ein

- hohes Mass an Eigenfinanzierung sicherstellen
- { ertragversprechende Projekte können indessen bis zur obersten vertretbaren Grenze mit Fremdkapital finanziert werden. [5] }

6 Forschung und Entwicklung

Es ist eine zentrale Forschungs- und Entwicklungsgruppe am Hauptsitz aufzubauen, die alle Forschungs- und Entwicklungsarbeiten durchführt. Die einzelnen Niederlassungen tragen mit Ideen bei (insbesondere Fruchtsäfte).

7 Organisation

Es soll im Rahmen der Budgetvorgaben stark dezentralisiert und delegiert werden.
Die Erfolgskontrolle erfolgt über Profit-Centres.

8 Führung/Ausbildung

Es ist nach dem Prinzip «Führung durch Zielsetzung» mit weitestgehender Delegation zu rühren.

Die Führungsausbildung erfolgt zentral, die Verkaufsausbildung im Rahmen zentraler Regeln dezentral. Einzelheiten sind im sozialen Konzept zu regeln.

9 Gewinnpolitik

{ Es ist grundsätzlich nach dem maximalen Gewinn zu streben. [6] }
20 % davon sind in einen Fonds für Gesundheitsforschung zu legen. Einzelheiten sind in der Stiftungsurkunde festzulegen.

10 Akquisitionspolitik/Kooperationspolitik

{ Neuakquisitionen sind nur im Bereich der Weinproduktion vorzunehmen. [7] }
Im Interesse eines grossen Prestiges ist in Verbänden zur Förderung der Volksgesundheit aktiv mitzuwirken.

Erläuterungen

[1] Könnte sich negativ auf Image auswirken
[2] Ebenfalls zu stark, zu aggressiv formuliert
[3] Nicht relevant für Unternehmensleitbild
[4] Kann abschreckend wirken
[5] Stellt unter Umständen Einstellung der Unternehmung in Frage
[6] Ebenfalls zu aggressiv
[7] Könnte eingeschränkte Sichtweise der Unternehmung aufzeigen