



LEUPHANA CASE STUDIES

Lösungen für die Herausforderungen von Unternehmen



CASE STUDIES AN DER LEUPHANA – CASE STUDIES MIT DER LEUPHANA

Sie stehen mit Ihrem Unternehmen vor neuen Herausforderungen und suchen externe Beratung und Expertise? Sie wollen Ihre Innovationskraft und Wettbewerbsposition stärken und Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter praxisnah und wissenschaftlich fundiert weiterbilden? Mit den Leuphana Case Studies der Professional School finden Sie Antworten und Unterstützung bei diesen und weiteren Fragestellungen Ihres Unternehmens.

Dabei können Sie auf bereits bewährte Case Studies zurückgreifen, die im Rahmen des EU-Großprojekts Innovations-Inkubator in Kooperation mit Unternehmen aus der Region Lüneburg an der Leuphana Universität Lüneburg entstanden sind. Die erarbeiteten Case Studies behandeln Herausforderungen des unternehmerischen Alltags und folgen dabei einem didaktischen Konzept, das von wissenschaftlicher Seite erarbeitet wurde und Ihnen hilft, nachhaltige und innovative Lösungen zu entwickeln. Dabei wird die Case Study gezielt auf die speziellen Anforderungen, Ziele und Besonderheiten Ihres Unternehmens zugeschnitten.



Redaktion: Christoph Kleineberg, Stefan Holder, Elke Ferner, Jelka Göbel; Lektorat: Jelka Göbel, Anne Akkermann; Satz: Susanne Laudien; Druck: Bartels Druck GmbH

LEUPHANA CASE STUDIES: POTENZIALE NUTZEN



Im unternehmerischen Alltag bleibt häufig wenig Zeit, um konzentriert über Strategien zum Umgang mit Herausforderungen nachzudenken. Dabei haben Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sehr viele gute Ideen und verfügen über Wissen, das Sie nur nutzbar machen müssen. Unsere Aufgabe ist es, diesen Ideenschatz zu heben! Mit der Verwendung der Leuphana Case Studies holen Sie unsere Expertise in Ihr Unternehmen.

Wir haben die Kompetenz in der wissenschaftlichen Analyse und Didaktik. Sie kennen Ihr Unternehmen und Ihre Branche. So können Sie sicher sein, dass eine Lösung entsteht, die auf Ihre speziellen Herausforderungen zugeschnitten ist. Dadurch stärken Sie Ihre Wettbewerbsposition und Innovationskraft und profitieren von einer intensiven Unternehmensberatung, bei der Sie Ihre eigenen Potenziale nutzen können.

IHR WEG ZUR CASE STUDY

An der Professional School wurden in Zusammenarbeit mit Partnerunternehmen bereits zu verschiedensten Herausforderungen Case Studies erarbeitet, die Sie auf den nächsten Seiten finden. Wenn Sie vor ähnlichen Problemen stehen, lohnt sich der Einsatz der jeweiligen Case Study in Ihrem Unternehmen.

Die Fallstudien sind vielfältig einsetzbar:

— Ihr Unternehmen bearbeitet die Case Study in Eigenregie mit einem internen Coach.

- Die Leuphana führt die Case Study in Ihrem Unternehmen mit einer wissenschaftlichen Mitarbeiterin oder einem wissenschaftlichen Mitarbeiter durch, die/der mit Ihnen Lösungen erarbeitet.
- Die Case Study wird durch eine wissenschaftliche Mitarbeiterin oder einen wissenschaftlichen Mitarbeiter der Leuphana auf Ihr Unternehmen mit seiner individuellen Problematik und Zielsetzung zugeschnitten und bei Ihnen im Unternehmen durchgeführt.
- Die Case Study wird in Form von modularisierten E-Learning-Einheiten flexibel in Ihrem Unternehmen eingesetzt.

Gemeinsam entwickeln wir das richtige Angebot für Sie, nehmen Sie gerne Kontakt auf!



PROJEKTKOORDINATION

Christoph Kleineberg
Scharnhorststraße 1, 21335 Lüneburg
Fon 04131.677-1983
Fax 04131.677-1282
christoph.kleineberg@leuphana.de

DIE LEUPHANA CASE STUDIES IN DER ÜBERSICHT

Die Case Study „**Bohlsener Mühle**“ behandelt Strategien zur Kooperation von KMU
» Seite 8

Marketingstrategien für Unternehmen auf dem Bio-Markt sind das Thema der Case Study „**Was anderes als Saft kommt uns nicht in die Flasche!**“
» Seite 9

Die Case Study „**Wenn der Misthaufen nebenan steht**“ analysiert Herausforderungen für Nahrungsmittelproduzenten im ländlichen Raum
» Seite 10

Auf Fragen zur Standortentscheidung und Standortverlagerung liefert die Case Study „**Aufbruch oder Abbruch?**“ Antworten
» Seite 11

Die Case Study „**Social goes business**“ behandelt die Herausforderungen rund um die Integration von Menschen mit Handicap in den 1. Arbeitsmarkt
» Seite 12

Die Herausforderungen von Unternehmen in der Sozialwirtschaft sind Gegenstand der Case Study „**Hart am Wind**“
» Seite 13



Das Thema Fachkräftemangel im Pflegebereich wird in der Case Study **„Wer pflegt uns in Zukunft?“** behandelt
» Seite 14

Die Case Study **„Shitstorm-Prävention“** erarbeitet Wege zur Vorbeugung und Minimierung von Shitstorm-Attacken
» Seite 16

Die Case Study **„VERdo we go?“** stellt sich den Herausforderungen des Veranstaltungsmanagements im ländlichen Raum
» Seite 15

Hilfestellung bei der Produkteinführung von Bioprodukten bietet die Case Study **„Nutrisun – Der neue Getreidesnack auf dem Markt der Müsliriegel“**
» Seite 17

WEITERE CASE STUDIES

Weitere Fallstudien sind in Planung. Bitte wenden Sie sich bei Interesse an Projektkoordinator Christoph Kleineberg (christoph.kleineberg@leuphana.de, Fon 04131.677-1983).



CASE STUDY KOOPERATION VON KMU: DIE BOHLSENER MÜHLE

DIE CASE STUDY IM ÜBERBLICK

Kooperationspartner:

Bohlsener Mühle/Uelzen

Themen, Aufgabenbereiche und Schwerpunkte:

- Kooperationen von KMU
- Aufbau von kooperativen Netzwerken
- Nachhaltige und regionale Entwicklung von KMU
- Standortstärkung von KMU
- Wertschöpfung durch Kooperation

Autorin:

Nicole Giese, wissenschaftliche Mitarbeiterin am
Institut für Nachhaltigkeitsmanagement

Wissenschaftliche Leitung:

Prof. Dr. Stefan Schaltegger, Leiter des Centre for
Sustainability Management

WIE KOOPERATIONEN VON KLEINEN UND MITTELSTÄNDISCHEN UNTERNEHMEN EINE NACHHALTIGE UND REGIONALE ENTWICKLUNG FÖRDERN

Die Bohlsener Mühle mahlt seit Jahrhunderten Mehl. Das geschieht deshalb sehr erfolgreich, weil es gelungen ist, ein Netzwerk von kleinen und mittelständischen Unternehmen zu knüpfen. Gemeinsam wurde ein attraktives Produkt entwickelt. Der Inhaber der Mühle beschreibt den Ansatz so: „Es fängt an, kooperativ zu werden, wenn jeder sein Bestes zu einem gemeinsamen Ziel beiträgt: ein Ziel, das man alleine nicht erreichen kann, von dem man aber gemeinsam profitiert.“

Der Fokus der Case Study liegt auf der eigenständigen Regionalentwicklung, in der gemeinschaftlich handelnde Akteure einzelner Regionen Entscheidungskompetenzen erlernen und verstärken, die ihnen selbst wiederum die Möglichkeit zur gezielten Nutzung ihres eigenen Entwicklungspotenzials geben. Die Case Study beschäftigt sich in diesem Zusammenhang mit dem Wesen von Kooperationen sowie deren Vor- und Nachteilen. Dazu gehören auch die Fragen, wie Kooperationspartner gewonnen werden können und welche positiven Effekte aus einer engeren Zusammenarbeit entstehen. Des Weiteren wird die Frage behandelt, ob KMU (insbesondere KMU, die Bio-Produkte produzieren) aus der Kooperation mit anderen KMU wirtschaftliche Vorteile für alle Beteiligten erreichen können.

CASE STUDY NACHHALTIGKEITSMARKETING: WAS ANDERES ALS SAFT KOMMT UNS NICHT IN DIE FLASCHE!

NACHHALTIGKEITSMARKETING AUF EINEM BOOMENDEN BIO-MARKT

Langfristig ausgerichtetes Handeln und Wirtschaften mit Rücksichtnahme auf Mensch und Natur hat Tradition bei dem Unternehmen Voelkel Natursäfte. Die erarbeitete Vorreiterrolle auf dem Bio-Getränkemarkt weiter zu leben, quer zu denken und neue Wege zu gehen, ist und bleibt Dreh- und Angelpunkt bei allen betrieblichen Entscheidungen vor Ort.

Die Case Study behandelt das Marketing eines Nachhaltigkeitspioniers in der Nische des Naturkostmarktes. Vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen auf dem Bio-Markt und der einhergehenden Veränderungen der Wettbewerbssituation steht Voelkel Natursäfte vor einer typischen Herausforderung: Durch Veränderungen der ursprünglich fokussierten Nische in Richtung „massification“ schrumpft diese und verschwindet in ihrer ursprünglichen Form vielleicht sogar ganz. Wie soll strategisch in der sich verändernden Nische gehandelt werden? Inwieweit und in welcher Form gibt es Wachstumsmöglichkeiten außerhalb der ursprünglichen Nische, auf dem Massenmarkt oder in neuen Nischen? Dabei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass Voelkel Natursäfte ein tief in der Familientradition verwurzelter Unternehmen ist. Voelkel stellt damit eine sehr starke Marke auf dem Naturkostmarkt mit einem hohen qualitativen und ideellen Anspruch dar.

DIE CASE STUDY IM ÜBERBLICK

Kooperationspartner:

Voelkel GmbH, Hölbeck/Lüchow-Dannenberg

Themen, Aufgabenbereiche und Schwerpunkte:

- Erfolgreiches Nachhaltigkeitsmarketing
- Herausforderungen und Wettbewerbsdruck im Bio-Markt
- Strategische Ausrichtung (Regionale Verbundenheit und Familientradition vs. Discounter-Bio-Ware)
- Entwicklung und Kommunikation der Unternehmensphilosophie
- Aktuelle Entwicklungen auf dem Bio-Markt

Autorin:

Sabine Mirkovic, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Nachhaltigkeitsmanagement

Wissenschaftliche Leitung:

Prof. Dr. Stefan Schaltegger, Leiter des Centre for Sustainability Management

CASE STUDY GROSSPROJEKTMANAGEMENT: WENN DER MISTHAUFEN NEBENAN STEHT

DIE CASE STUDY IM ÜBERBLICK

Kooperationspartner:

Peter Blecken/Scharnebeck, Bauckhof Klein-Süstedt OHG/Uelzen

Themen, Aufgabenbereiche und Schwerpunkte:

- Corporate Social Responsibility
- Bedingungen der Bio-Lebensmittelbranche
- Stakeholder Management
- Business Ethics
- Massentierhaltung und unternehmerische Verantwortung

Autorin:

Nicole Giese, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Nachhaltigkeitsmanagement

Wissenschaftliche Leitung:

Prof. Dr. Stefan Schaltegger, Leiter des Centre for Sustainability Management

EIN DORF UND 42.000 HÜHNER AUF DER SUCHE NACH EINEM FRIEDLICHEN ZUSAMMENLEBEN

In dieser Case Study steht der ethische, moralische und wirtschaftliche Konflikt zwischen Unternehmen und Stakeholdern im Vordergrund. Am Beispiel des Umgangs mit ethischen Konfliktsituationen zeigt sich, wie Unternehmen im Spannungsfeld zwischen verschiedenen Stakeholdern wie Landwirten, Anwohnern, diversen politischen Parteien und sonstigen Interessenvertretungen agieren können und welche Probleme dabei möglicherweise auftreten.

Die Case Study hilft Unternehmen bei der Identifikation möglicher Widerstandsfaktoren bei der Planung von größeren (Investitions-)Projekten. Insbesondere die Vermittlung der Unternehmenswerte steht dabei im Fokus. Die Kern-, Lehr- und Lerninhalte sind ohne Weiteres auf viele Regionen in Deutschland übertragbar.

CASE STUDY PRODUKTIONSENTSCHEIDUNG: AUFBRUCH ODER ABBRUCH?

GESTALTUNG VON PRODUKTIONSSTANDORTEN IM SPANNUNGSFELD ZWISCHEN BETRIEBLICHEN UND GESELLSCHAFTLICHEN EINFLÜSSEN

Ein mittelständisches Unternehmen steht vor der Frage: Soll die Verlagerung des Produktionsstandortes weg von dem langjährigen Standort in der Region oder gar völlig ins Ausland vollzogen werden? Die Case Study begleitet die Partnerunternehmen bei ihrer Entscheidungsfindung zur Standortwahl.

Die potenziellen Chancen und Risiken einer Verlagerung des Unternehmens im Hinblick auf die Wirtschaftlichkeit und den Einfluss auf die Region werden untersucht. Im Rahmen der Analyse wird eine Optimierung des Standortes hinsichtlich der Flächen und des Wertschöpfungsgrades durchgeführt. Es wird im konkreten Fall auch die Frage behandelt, ob der Ausbau von Netzwerken langfristig gesehen sinnvoller ist als eine Verlagerung des gesamten Produktionsstandortes.

DIE CASE STUDY IM ÜBERBLICK

Kooperationspartner:

Impreglon GmbH/Lüneburg, Werkhaus Design + Produktion GmbH/Bad Bodenteich, CLAGE GmbH/Lüneburg, PROFAS GmbH & Co. KG/Lüneburg, Joachim Behrens GmbH/Scheeßel, Dipl.-Ing. Wilhelm Winkelmann GmbH & Co. KG/Uelzen

Themen, Aufgabenbereiche und Schwerpunkte:

- Corporate Social Responsibility
- Standortentscheidungen und -verlagerungen
- Wirtschaftlichkeitsrechnungen
- Messung von Rentabilität und Amortisation
- Potenzialanalysen

Autorin:

Inke Deharde, wissenschaftliche Mitarbeiterin

Wissenschaftliche Leitung:

Prof. Dr. Heinrich Schleich, Leiter des Instituts für Produktionstechnologien

CASE STUDY SOZIALE UNTERNEHMEN: SOCIAL GOES BUSINESS

DIE CASE STUDY IM ÜBERBLICK

Kooperationspartner:

Wellcome gGmbH/Hamburg, AfB gGmbH/Ettlingen,
Ev. Familien-Bildungsstätte/Lüneburg

Themen, Aufgabenbereiche und Schwerpunkte:

- Management sozialer Unternehmen
- Integration und Inklusion von Menschen mit Handicap
- Personalmanagement und -rekrutierung in sozialen Unternehmen
- Social Franchise Systeme

Autor:

Sebastian Göse, wissenschaftlicher Mitarbeiter

Wissenschaftliche Leitung:

Prof. Dr. Markus Reihlen, Professor für strategisches
Management und Vizepräsident der Leuphana
Universität Lüneburg

MANAGEMENT VON SOZIALEN UNTERNEHMEN AM BEISPIEL DER AFB GGMBH UND DER WELLCOME GGMBH

Es ist nicht selbstverständlich, dass Menschen mit Behinderung oder Handicap einer geregelten Arbeit in einem wirtschaftlich orientierten Unternehmen auf dem sogenannten 1. Arbeitsmarkt nachgehen (können). Das Ziel der Case Study ist die Schaffung eines Grundverständnisses für das Management von Social Business. Dabei werden insbesondere die Themen Personalführung, Personalmanagement und Unternehmenskultur und die besonderen Bedürfnisse von Menschen mit Handicap analysiert.

Im Rahmen der Case Study wird erarbeitet, was „Social Business“ von „Social Entrepreneurship“ und „Social Enterprise“ unterscheidet. Außerdem wird das Social Business hinsichtlich der direkten und indirekten Erfüllung gesellschaftlicher Bedürfnisse mit Commercial Business verglichen. In dieser neuen Form von Unternehmen können die Potenziale von Menschen mit Handicap besser genutzt werden.

Die Case Study entwirft, wie ein Businessplan von einem im Social Business tätigen Unternehmen aussehen könnte. Auch die Frage, was die spezielle Unternehmenskultur der AfB gGmbH ausmacht und wie sie sich bezüglich der Akquise qualifizierter Mitarbeitender von anderen (herkömmlichen) Unternehmen unterscheidet, wird diskutiert. Darüber hinaus werden die besonderen Herausforderungen bei der Akquise von Menschen mit Handicap und deren Integration in ein Unternehmen behandelt. Die Bearbeiterinnen und Bearbeiter der Case Study setzen sich mit den Entwicklungsmöglichkeiten der AfB gGmbH auseinander und entwickeln ein nachhaltiges Konzept zur gewünschten Expansion des Unternehmens.

CASE STUDY SOZIALWIRTSCHAFT: HART AM WIND

WERTORIENTIERUNG, INNOVATION, WANDEL UND UNTERNEHMENSSICHERUNG IN EINEM UNTERNEHMEN DER SOZIALWIRTSCHAFT

1992 stand der Wohlfahrtsverband AWO Bremerhaven finanziell mit dem Rücken zur Wand. Über 20 Jahre später ist die Organisation der größte Anbieter sozialer Dienstleistungen und entwickelt sich in jüngster Zeit zum sozialwirtschaftlichen Marktführer in der Region. Die Case Study zeichnet die Geschehnisse und Entwicklungen nach und lässt die Akteure zu Wort kommen.

Die zu bearbeitenden Fragen sind: Was sind die Treiber und Hemmnisse für Innovationsaktivitäten in Unternehmen der Sozial- und Gesundheitswirtschaft? Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Case Study setzen sich mit den Themen Standortbewertung, Wirtschaftlichkeitsberechnung und Potenzialanalyse auseinander. Um eine Antwort auf diese Fragen zu finden, muss eine Entscheidung auch immer auf einer betriebswirtschaftlichen Bewertung basieren. Ein umfassender Überblick über die Organisationslehre und das Verstehen von Organisationen als System sind hierbei wichtig und werden daher als Werkzeuge in dieser Case Study vermittelt. Durch unterschiedliche visuelle und auditiv bereitgestellte Elemente können Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Case Study den Akteuren der AWO Bremerhaven realitätsnah über die Schulter schauen.

DIE CASE STUDY IM ÜBERBLICK

Kooperationspartner:

AWO Soziale Arbeit gGmbH/Bremerhaven und Cuxhaven

Themen, Aufgabenbereiche und Schwerpunkte:

- Innovationen in sozialen Unternehmen
- Change Management
- Arbeitsbereiche sozialwirtschaftlicher Unternehmen
- Wertorientierung und Innovation
- Krisenmanagement und Unternehmenssicherung
- Entwicklungen der Sozialwirtschaft

Autorinnen:

Jennifer Düwel, Eva Maria van Hueth, wissenschaftliche Mitarbeiterinnen

Wissenschaftliche Leitung:

Prof. Dr. Lutz Schumacher, Professor am Institut für Performance Management, Wolf Paschen, Vorstandsvorsitzender des Betreuungsvereins Lüneburg

CASE STUDY FACHKRÄFTE IM PFLEGESEKTOR: WER PFLEGT UNS IN ZUKUNFT?

DIE CASE STUDY IM ÜBERBLICK

Kooperationspartner:

Agentur für Arbeit Regionaldirektion Niedersachsen-Bremen/Hannover, Alten- und Pflegeheim „Haus Albers“/Westergellersen, DRK Augusta-Schwesternschaft e. V./Lüneburg

Themen, Aufgabenbereiche und Schwerpunkte:

- Umgang mit Fachkräftemangel und demographischem Wandel
- Rekrutierungsstrategien und Mitarbeiterbindung im Pflegebereich
- Mitarbeiterpotenziale nutzen
- Prozessmanagement und -optimierung

Autor:

Matthias Klöppner, wissenschaftlicher Mitarbeiter

Wissenschaftliche Leitung:

Prof. Dr. Lutz Schumacher, Professor am Institut für Performance Management

DEM FACHKRÄFTEMANGEL IN DER ALTENPFLEGE BEGEGNEN

Was können kleine und große Betriebe und Unternehmen in der Altenpflege tun, um dem drohenden Fachkräftemangel vorzubeugen? Was zeichnet einen attraktiven Arbeitgeber in diesem Umfeld aus? Welche Maßnahmen zur Gewinnung und Bindung von Fachkräften können ergriffen werden? Diese Case Study setzt sich mit diesen und weiteren Fragestellungen rund um das Thema Altenpflege auseinander.

Im Rahmen der Case Study werden die Makroebene und die Mikroebene analysiert. So werden die gesamtgesellschaftlichen Herausforderungen der Pflegebranche wie auch die Herausforderungen definiert, vor denen einzelne Pflegeeinrichtungen im Speziellen stehen. Außerdem wird thematisiert, wie diese bewältigt werden können. Dabei wird nicht nur eine Analyse des gegenwärtigen Ist-Zustandes durchgeführt. Es wird darüber hinaus auch ein Blick in die Zukunft geworfen. Dies geschieht durch die Durchführung einer Analyse, um zukünftige Herausforderungen der Unternehmen in einem möglichst frühen Stadium zu identifizieren und diese durch eine detaillierte Planung bereits vor ihrem tatsächlichen Entstehen zu bewältigen.

CASE STUDY VERANSTALTUNGSMANAGEMENT: VERDO WE GO?

STRATEGISCHES MANAGEMENT VON VERANSTALTUNGSUNTERNEHMEN IM LÄNDLICHEN RAUM

Die Case Study befasst sich mit den Herausforderungen des Veranstaltungsmanagements im ländlichen Raum. Durch die geringe Bevölkerungsdichte und das besondere kulturelle Angebot stehen Veranstaltungshallen außerhalb der großen Ballungszentren vor besonderen Herausforderungen. Im Rahmen der Case Study werden deshalb für Veranstaltungshallen im ländlichen Raum maßgeschneiderte Geschäftsmodelle entwickelt. Mithilfe dieser Modelle können Veranstaltungshallen in ländlichen Regionen wirtschaftlich erfolgreich betrieben werden.

Bei der Entwicklung von Geschäftsmodellen regionaler Kulturbetriebe sind die Erarbeitung einer Marketingstrategie und die Förderung des Kulturtourismus sehr wichtig. Zusätzlich spielt aber auch die Auseinandersetzung mit politischen Gremien und Interessenvertretungen vor Ort eine Rolle. Im Mittelpunkt aller Überlegungen steht jedoch die Platzierung von kulturellen Highlights fernab der hochkulturellen Leuchttürme in den Großstädten und Metropolen.

DIE CASE STUDY IM ÜBERBLICK

Kooperationspartner:

Kultur- und Tagungszentrum „VERDO“/Hitzacker,
Tourismusbetriebsgesellschaft mbH/Hitzacker,
Samtgemeinde Elbtalaue/Dannenberg,
Gesellschaft der Freunde der Sommerlichen Musiktage
e. V./Hitzacker

Themen, Aufgabenbereiche und Schwerpunkte:

- Geschäftsmodelle für regionale Kulturbetriebe
- Veranstaltungsmanagement in strukturschwachen Regionen
- Veranstaltungs- und Kooperationsmanagement
- Kulturtourismus
- Kulturmarketing

Autorin:

Feeleine Massonne, wissenschaftliche Mitarbeiterin

Wissenschaftliche Leitung:

apl. Prof. Dr. Carola Schormann, Professorin für Musik

CASE STUDY SHITSTORM-PRÄVENTION: DAMIT DER STURM IM WASSERGLAS BLEIBT

DIE CASE STUDY IM ÜBERBLICK

Kooperationspartner:

web-netz GmbH/Lüneburg

Themen, Aufgabenbereiche und Schwerpunkte:

- Vorbeugung von Shitstorm-Attacken
- Erfolgreiche Kommunikation in Social Media
- Shitstorm-Prävention
- Früherkennung von Shitstorms
- Verhalten in Shitstorms

Autor:

Dr. Jörg Sikkenga, wissenschaftlicher Mitarbeiter am
Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaften

Wissenschaftliche Leitung:

Prof. Dr. Sigrid Bekmeier-Feuerhahn, Professorin für
Kommunikationswissenschaften

KRISENKOMMUNIKATION IN SOCIAL MEDIA

Ein Unternehmen hat sich entschlossen, auch im Bereich Social Media aktiv zu werden. Dies stellt das Unternehmen vor neue Herausforderungen. Im Web 2.0 können die Konsumentinnen und Konsumenten Rückmeldung zu den Produkten geben und reale sowie vermeintliche Missstände anprangern. Darauf muss die Unternehmenskommunikation reagieren können. Das Worst-Case-Szenario des Unternehmens ist ein Shitstorm, der seinen Ruf nachhaltig schädigen und intensive Marketingbemühungen verpuffen lassen würde.

Die Case Study behandelt das Thema Shitstorm-Attacken auf zwei Ebenen. So diskutiert sie auf der ersten Ebene die Möglichkeiten der Shitstorm-Prävention des Unternehmens, die dann in Strategien münden. Dabei sollen die Bearbeiterinnen und Bearbeiter ihre Erfahrungen und ihr Wissen aus der beruflichen Praxis einsetzen.

Darüber hinaus sollen auf der zweiten Ebene anhand von realen Beispielen Strategien zur Minimierung im Falle eines Shitstorms erarbeitet werden. Diese erarbeiteten Strategien können vom Unternehmen eingesetzt werden, um einem Shitstorm vorzubeugen oder ihn frühzeitig zu minimieren.

CASE STUDY PRODUKTEINFÜHRUNG: NUTRISUN – DER NEUE GETREIDESNACK AUF DEM MARKT DER MÜSLIRIEGEL

ENTWICKLUNG NEUER PRODUKTIDEEN

Nutrisun ist Teil einer sehr vielseitig aktiven Unternehmensgruppe. Jetzt soll neben den bisherigen Geschäftsfeldern in anderen Bereichen der Nahrungsmittelherstellung auch ein neuer Getreidesnack auf dem Markt etabliert werden. Die Case Study diskutiert Fragen und Herausforderungen rund um die Einführung eines neuen Produkts. Durch diese intensive Vorbereitung werden Risiken der Produkteinführung reduziert und die Erwartungen mit Blick auf Erfolg oder Misserfolg werden realistischer. Die durch die Bearbeitung der Case Study gewonnenen Erkenntnisse fließen somit bereits in die Produktentwicklung und Produktgestaltung ein.

DIE CASE STUDY IM ÜBERBLICK

Kooperationspartner:

Nutrisun GmbH & Co. KG/Seevetal

Themen, Aufgabenbereiche und Schwerpunkte:

- Produktentwicklung und Unternehmensstrategie
- Marktforschung
- Marketingstrategien für neue Produkte

Autorin:

Annika Melles, wissenschaftliche Mitarbeiterin

Wissenschaftliche Leitung:

Prof. Dr. Sabine Remdisch, Leiterin des Instituts für Performance Management



„Die enge Zusammenarbeit im Innovations-Inkubator ist eine der Kooperationen in der Region, die für uns als Unternehmen mittlerer Größe mit überschaubaren finanziellen und personellen Ressourcen von großer Bedeutung ist. Der Zugang zu aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen, der Austausch mit Studierenden und Mitarbeitenden der Universität und nicht zuletzt das Gespräch mit weiteren Unternehmen unterstützt uns in unserer täglichen Arbeit.“

Die Erarbeitung der Fallstudie war für uns aus zweierlei Gründen hilfreich: Erstens hat die intensive Auseinandersetzung mit dem Thema Kooperation uns in unserem Vorgehen bestärkt und die Vorteile nochmals klar herausgestellt.

Zweitens haben uns die zur Verfügung gestellten Ergebnisse gezeigt, dass die Inhalte unserer

Kommunikation verstanden werden und zum gewünschten Ziel führen: nämlich als ganzheitlich ökologisches Unternehmen zu agieren und auch wahrgenommen zu werden.“

VOLKER KRAUSE, INHABER DER BOHLSENER MÜHLE



„Während der praktischen Umsetzung im Präsenzworkshop zur Fallstudie konnten wir die unterschiedlichen Eindrücke der Studierenden erleben. In diesen Momenten bekommt man einen klaren Eindruck über die Außenwirkung des eigenen Unternehmens und das damit verbundene Engagement für die Nachhaltigkeitskommunikation.“

STEFAN VOELKEL, GESCHÄFTSFÜHRER VOELKEL GMBH



„Die Erarbeitung der Fallstudie war ein sehr spannender Prozess. Die Einbindung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus allen Abteilungen, die aus ihrer Sicht das Unternehmen beschreiben konnten, hat ein umfassendes Unternehmensbild aus ganz unterschiedlichen Perspektiven entstehen lassen. Diese Vielfältigkeit zeigt sich beim Lesen der Case Study ganz deutlich.“

KATRIN PORSCH, VERTRIEB & MARKETING VOELKEL GMBH



„Vier Monate lang haben wir uns intensiv und kritisch mit der Standortfrage beschäftigt. Die umfassende Analyse hat gezeigt, wie komplex Standortentscheidungen sind – neben der Betrachtung der Standortfaktoren und der Selbstkostenanalysen spielen sowohl soziale Aspekte als auch Produktivität eine Rolle. Die Ergebnisse abzuwägen und eine finale Entscheidung zu treffen sind die Kür.“

Die Online-Bearbeitung über die Plattform ließ eine flexible Zeiteinteilung und selbstständiges Erarbeiten zu. Hilfestellung und Feedback gab es zu jeder Aufgabe durch einen regelmäßigen Austausch mit Frau Deharde. Durch die Anwendung der Theorie auf eine so umfassende Case Study habe ich sehr viel gelernt und die Theorie viel besser verstanden.“

FRANZISKA SEIDEL, EINKÄUFERIN



„Die Fallstudie ‚Aufbruch oder Abbruch‘ ermöglicht, den vermittelten Stoff verschiedenster Module praktisch anzuwenden. Die Aufgabenstellungen waren klar formuliert und Fragen wurden schnell sowie verständlich beantwortet. Mir hat die Fallstudie aufgezeigt, dass ein Risiko der Produktionsverlagerung auch nach einer intensiven Planung weiterhin besteht. Sehr oft können durch Integration von Managementmethoden die Prozesse stark optimiert werden, wodurch der Produktionsstandort in Hochlohnländern weiterhin wettbewerbsfähig bleibt. Vor allem den KMU fehlt es teilweise an dem nötigen Know-how, um solche Methoden langfristig zu integrieren. Die Fallstudie ist eine klasse Ergänzung zu den zuvor vermittelten Inhalten im Studium!“

CHRISTIAN THUNCKE, PROJEKTLITER IN DER GEBÄUDEAUTOMATISIERUNG

Die Leuphana Case Studies werden als Modellvorhaben im Rahmen
des EU-Großprojekts Innovations-Inkubator gefördert von:



Leuphana Universität Lüneburg
Professional School
Scharnhorststraße 1, Gebäude 7
21335 Lüneburg

Fon 04131.677-1983
Fax 04131.677-1282