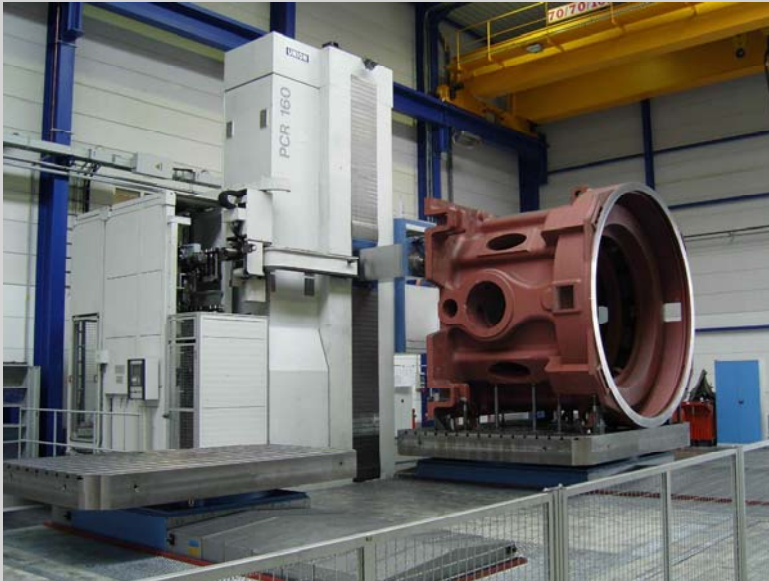


UNION Werkzeugmaschinen GmbH Chemnitz

- **UNION: Ältester aktiver Hersteller von Werkzeugmaschinen (gegründet 1852)**
- **Entwicklung, Produktion, Vertrieb und Service von Bohrwerken und Bearbeitungszentren**
- **1996: Gründung der „Neuen UNION“ als Mitarbeitergesellschaft**
- **2006: Nimbus-Beteiligung (Private Equity)
Nimbus: 70,6 % Mitarbeiter: 29,4 %**
- **01.01.2009: Gerhard Glanz, neuer Geschäftsführer**
- **November, 2009: UNION kauft Anteile von den Mitarbeitern
Nimbus: 80 % Gerhard Glanz: 20 %**

Maschinen in Anwendung(1)

UNION
boring & milling



PCR 160

- Maschinen- und Anlagenbau:
Bearbeitung von Großteilen
für Gesteinsmühlen



TCU 150

- Armaturen:
Bearbeiten von Schiebern
und Klappen



Maschinen in Anwendung(2)

UNION
boring & milling



KCR 150

- Getriebebau:
Bearbeiten von Getriebegehäusen

KCU 150

- Windkraft:
Getriebegehäuse





Identifizierte Problemfelder zum 31.01.2009

- zu geringes Wachstum in den goldenen Jahren 2007 und 2008
- zu teure Produkte
- zu lange Lieferzeiten
- bescheidene Produktivität
- bescheidene Bilanzergebnisse
- chaotische Finanzierungsstruktur
- mit Ausnahme von Deutschland viel zu geringe Marktanteile
- viel zu geringer Exportanteil / ca. 35% in den Jahren 2007 und 2008



Restrukturierung / Ziele

Allgemeine Ziele:

- Beseitigung der Reste von Planwirtschaft (30 Maschinen pro Jahr)
- Dynamische Prozesse mit Steigerung der Eigenverantwortung aller Mitarbeiter
- Bekämpfung des Inseldenkens
- Generierung gemeinsamer Ziele
- Feststellung eines gemeinsamen „Feindbildes“
- Kostensenkung



Restrukturierung / Ziele

Krisenbedingte Ziele:

- Feststellung eines Worst-Case-Szenarios
- Festlegung der Ziele im Worst-Case
- UNION: 50% Umsatz bei 20% schlechteren Preisen = „schwarze Null“
- Erstellung von 2 bis 3 Planungen:
Worst-Case / Best-Case / Realistic-Case

➤ Marketingbudget

➤ Reisekosten

➤ Qualität

➤ After Sales Service

➤ **JAMMERN**

➤ **ABWARTEN**



Nach der Krise?

- restrukturierter, dynamisch und modern aufgestellter Laden
- gesenkte Kosten = gesenkte Preise oder höhere Profite
- reduzierte Preise = stärkere Verdrängungskraft
- verstärktes Marketing = breiterer Marktzugang
- stattgefundenene Marktbereinigung verteilt sich auf Rest :
insbesondere auf jene mit dem besten Marketing



?Ergebnis?

MARKTFÜHRER DER ZUKUNFT