

Unternehmen zukunftsfähig machen

Pieter Timmers entwickelt mit Leidenschaft Visionen

Making Enterprises Future-Proof

Pieter Timmers and his passion for visions

Autor/Author: Birgit Brauburger

Fotos/Photographs: Maud Jongenelen

„Für eine erfolgreiche Zukunft muss man etwas tun“, sagt Pieter Timmers. Der 55-jährige Niederländer ist Automotive Engineer und Marketingexperte mit mehr als 20 Jahren Erfahrung im strategischen Management. Er hat zahlreichen Unternehmen eine neue Ausrichtung gegeben und sie in Veränderungsprozessen begleitet. Er war in den Bereichen Straßenverkehrsmittel, Landwirtschaftsmaschinen und Lkw-Ladekrane für namhafte Firmen im Einsatz. Inzwischen arbeitet Timmers mit seiner Firma Forward Management als Berater.

„Um zukunftsfähig zu sein, brauchen Unternehmen und die für sie arbeitenden Menschen Entwicklungswillen und Visionen“, sagt Timmers. Genau hier setzt seine Beratung an. Das Ziel: Eine unsichere Zukunft sicher zu machen. Im Laufe der Zeit hat Timmers immer wieder eine Beobachtung machen können, und zwar branchenübergreifend: „Das Heute wird als äußerst wichtig betrachtet, doch das Morgen gerät dabei völlig aus dem Blick.“ Gerade der gehobene Mittelstand sei in seiner strategischen Planung sehr stark umsatzorientiert und -getrieben. Man nehme sich allerdings zu selten die Zeit, um sich auch weiteren wichtigen Fragen zu widmen. Wo soll es hingehen? Wie können wir unsere Produkte und damit

„You need to do something for a successful future“, says Pieter Timmers. The 55-year old automotive engineer and marketing expert has more than 20 years of strategic management experience. He has realigned numerous companies and coached them in their change processes. Timmers has worked with renowned companies in the field of road transportation, agricultural machines, and truck loading cranes. Currently, Timmers serves as a consultant with his company Forward Management.

„To be prepared for the future, enterprises and the people working for them need development drive and visions“, says Timmers. This is where his consulting services come in. The objective is to make an insecure future secure. In the course of time, Timmers frequently observed a general trend: „Today is considered to be extremely important, but tomorrow is completely lost sight of.“ According to Timmers, especially upper-range SMEs are highly revenue-oriented and revenue-driven in their strategic planning. However, little time is spent looking into other important questions. Where is the company headed? How can we make our products and thus our business future-proof? „This is where many decision makers still have need for improvement. Linear predictions on the basis



nicht zuletzt unser Unternehmen zukunftsfähig machen? „Hier haben viele Unternehmenslenker noch Nachholbedarf. Denn lineare Voraussagen anhand von Umsatzentwicklungen oder des Blickes in die Vergangenheit reichen längst nicht mehr aus – im Gegenteil.“

Neues Denken in der globalisierten Welt

Nicht selten gehe der Blick jedoch nicht über den Status quo hinaus. Genau das will der 55-Jährige ändern. Er schaut gemeinsam mit den Firmen nach vorn, um neue Wege zu finden und maßgeschneiderte Visionen zu entwickeln. Die Historie sei, gerade angesichts der wachsenden Komplexität der globalisierten Welt, kein guter Ratgeber. „Die Zeit ist doch viel schnelllebiger geworden, verändert sich rasant und erfordert neue Denk- und Herangehensweisen. Hier biete ich Unternehmen meine Hilfe an“, sagt Timmers. Gemeinsam mit ihnen entwickelt er Kernfragen an die Zukunft des Unternehmens und findet Antworten im Dialog. Neben langfristigen Entwürfen geht es dabei auch immer um konkrete Projekte und Prozesse, die zukünftigen Entwicklungen und potenziellen Überraschungen standhalten respektive sie einbeziehen. Das Ziel kann unter anderem sein, potenzielle künftige Märkte frühzeitig zu erkennen, zu analysieren und rechtzeitig zu erschließen. „Um in Zukunft erfolgreich zu sein, braucht es schon heute die Orientierung in diesen Märkten“, so Timmers. „Um es ganz deutlich zu formulieren: Unternehmen haben langfristig nur eine Daseinsberechtigung, wenn sie sich sinnvoll in die jeweilige Distributionskette einreihen.“

Zeitgeist für Unternehmen

Auf Firmenseite wachse das Zukunftsbewusstsein langsam. „Es geht um die große Chance, einen Entwurf zu machen und die Zukunft aktiv zu gestalten.“ Gerade für den gehobenen Mittelstand mit einer Größe ab 500 Mitarbeitern, sieht Timmers viel Potenzial und die Gelegenheit „in den kommenden Jahren richtig durchzustarten“. Der Niederländer, als Mitglied der Association of Industrial Marketing Professionals (AIMP) äußerst gut vernetzt in der Region Eindhoven, arbeitet projektbezogen und daher zeitlich begrenzt für seine Auftraggeber. Und das nicht nur europaweit,

of revenue developments or a review of the past are no longer sufficient – to the contrary!“

New Line of Thinking in a Globalized World

Very often, the examined horizon is limited to the status quo. This is exactly what Timmers wants to change. In collaboration with the companies, he looks ahead in order to find new ways and develop custom-tailored visions. In view of the growing complexity of the globalized world, history is a poor advisor. „Everything is much more short-lived, subject to rapid change, and requires new lines of thinking and approaches. In this field, I offer companies assistance“, says Timmers. Together with his clients, he develops core questions concerning the company's future and seeks answers by means of dialog. Apart from the general long-term planning, the activities also concentrate on specific projects and processes that need to brace themselves for future developments and potential surprises or incorporate these. Among other things, the goal might be to identify, analyze, and duly develop potential future markets at an early stage. „To be successful in the future, orientation in these markets is necessary right now“, says Timmers. „Plainly, enterprises will only be able to survive in the long run if they get meaningfully positioned in the respective distribution chain.“

Zeitgeist for Enterprises

Among businesses, awareness to the future is gradually increasing. „It's all about the great opportunity of drawing up a plan and actively designing the future.“ Especially for upper-range SMEs with 500 or more employees, Timmers believes that there is great potential and opportunity to „speed up in the coming years“. As a member of the Association of Industrial Marketing Professionals (AIMP), Timmers, who boasts an excellent network in the Eindhoven



sondern auch global. Er zeigt dabei für verschiedene Branchen offen – aber nicht für alle, wie er betont. „Man muss schließlich den Markt kennen, und ein Gefühl dafür entwickeln können, wo es hingehet.“ Im Fokus steht das ganze breite Automotive-Spektrum. „Alles, was Räder und Motoren hat und was sich selbst bewegt“, ergänzt Timmers mit einem Augenzwinkern. Denn auch er will etwas bewegen. Und zwar „als Teil des Marktes, denn nur so kann ich Schlüsseltrends nicht nur erfolgreich erkennen sondern auch antizipieren.“

Weit mehr als Marktbeobachtung

Ein Unternehmen sei ein komplexer Organismus, der ganzheitlich betrachtet werden müsse, mahnt Timmers. So könne die Produktentwicklung nicht losgelöst vom Rest der Firma betrachtet werden – im Gegenteil. Die Vernetzung der Abteilungen innerhalb eines Unternehmens sei unabdingbar, und nicht zuletzt brauche es das Gefühl für den Markt in allen Bereichen. „Offen gesagt: Unternehmen, die in den vergangenen Jahren nicht sehr wach waren, wo sind die heute? Ich sage es Ihnen. Sie sind vom Markt verschwunden.“ Unternehmen sollten daher in der Lage sein, relevante Veränderungen ihres Umfelds wahr-

region, offers project-specific, temporary services to his clients. His activities are not limited to Europe, but span the globe. He is open to various industries – but not to all, as he stresses. „After all, you need to know the market and be able to sense where things are moving.“ The target area comprises the entire wide automotive spectrum. „Everything that has wheels and engines and moves autonomously“, adds Timmers, winking. He too wants to get moving. Namely „as part of the market, as this the only way, not only to successfully identify key trends, but also to anticipate them.“

More than Market Observation

As Timmers explains, a business is a complex organism that must be observed holistically. Thus, product development cannot be examined without taking the rest of the company into consideration – to the contrary. It is important for the departments within a company to be effectively networked and to have a feeling for the market. „Tell me, what has happened to the companies that were not vigilant enough in recent years? Well – they have disappeared from the market!“ Therefore, businesses should be able to perceive, interpret, and respond

zunehmen, zu deuten und darauf zu reagieren. Das bewusste Herangehen an die Zukunft, abseits vom Tagesgeschäft ist die eigentliche unternehmerische Kernaufgabe. Denn die Zukunft eines Unternehmens ist so gut wie seine Vision. Und sie bestimmt nicht zuletzt auch den Vorsprung vor dem Wettbewerb. „Sie dürfen dabei nicht um jeden Preis an Althergebrachtem festhalten. Auch wenn es manchmal schmerzhaft ist: Auswählen und Verabschieden gehört dazu. Es macht den Weg frei für Innovationen.“

Gemeinsamer Spirit

Die beste Voraussetzung für Erfolg ist, so Timmers, nicht so sehr das vorhandene Kapital, sondern die richtige Mentalität des Teams und das Gespür für Innovationen. „Flexibilität, Geschwindigkeit, Dynamik, Vertrauen und nicht zuletzt Multikulturalität sind dabei mehr als Schlüsselworte. Sie müssen vom Unternehmen wirklich gelebt werden.“ Nicht überall gelinge dies bereits. Dabei könnten gerade in flexiblen, flachen Hierarchien, äußerst spannende Projekte entstehen. „Vielleicht braucht es in Europa, anders als im US-amerikanischen Raum, dafür noch etwas Zeit. Aber zu viel Zeit sollte sich eine Firma nicht lassen, wenn sie am Markt bestehen will“, so Timmers. Der Vordenker verbindet in seinem Beratungsansatz nicht nur eigene praktische Erfahrungen mit seinem Instinkt für Trends, sondern verknüpft diese mit den theoretischen Grundlagen, die er sich im Laufe der Jahre erarbeitet hat. Derzeit unterrichtet er selbst im Rahmen des Advanced Management Programmes „Building Superior Performance“ der TiasNimbas Business School (Tilburg University) und dem ZUIDAS Amsterdam Bright College.

Potenzial wartet auf Entfaltung

„Gerade traditionell geführte Unternehmen mit einem hohen Maß an Hierarchie sind häufig überstrukturiert und lassen ihren Mitarbeitern wenig Raum für Selbstständigkeit, Eigenverantwortung und kreatives Herangehen.“ Dabei sei genau das wichtig: ausreichend Raum zu lassen, um wirklich zu agieren. „Stattdessen werden motivierte und kompetente Mitarbeiter häufig kaputt geführt.“ Expertenwissen sitzt schließlich überall, ungeachtet von Hierarchieebenen. Dieses besser

to relevant changes in their environment. Apart from the daily business, a conscious approach to the future is a key entrepreneurial duty. The future of an enterprise can only be as good as its vision. Last but not least, this is what determines the leading edge over competitors. „They must not stick to their habits at all cost. As painful as it may be, choosing and dismissing are part of the game. In this way, room is made for innovation.“

Team Spirit

Rather than the available capital, Timmers considers the right mentality of the team and the intuition for innovation to be the main preconditions for success. „Flexibility, speed, dynamism, trust, and, last but not least, multiculturalism are more than mere buzzwords. Companies must truly live them.“ Not all businesses are already successful in this regard. They often fail to see that extremely exciting projects could develop especially in flexible, flat hierarchies. „Compared to the US market, perhaps Europe needs some more time. To endure in the market, however, a company should not wait too long“, warns Timmers. In his consulting approach, the mentor not only combines his own practical experience with his instinct for trends, he also links them to the theoretic basis that he has elaborated over the years. Currently, he also lectures in the advanced management program „Building Superior Performance“ of the TiasNimbas Business School (Tilburg University) and the ZUIDAS Amsterdam Bright College.

Slumbering Power

„Particularly traditionally managed companies with a strict hierarchy are often overstructured and leave their employees little leeway for independence, responsibility, and creativity.“ However, this is what ac-



zu identifizieren und zu entfalten, sei eine der großen Aufgaben, um am Markt bestehen zu können. „Ich sehe es als großen Vorteil, Unternehmensabläufe und -strukturen von A bis Z zu kennen. Und ich weiß, dass gerade im Kreis der Mitarbeiter häufig große Ideen darauf warten, entdeckt zu werden.“ Wer Erfolg haben will, muss sich also bewegen – und zwar nach vorn. „Denn dort liegen die Lösungen. Wir müssen sie nur erschließen.“ ■

tually counts: to leave sufficient leeway for action. „Instead, motivated and competent employees are often managed to death.“ It is important to realize that expertise exists everywhere, regardless of the hierarchy levels. To identify and develop this expertise more effectively is one of the great challenges that must be mastered in order to survive in the market. „Being familiar with corporate processes and structures from A to Z is a great advantage. And I know that among the employees, there are often great ideas that merely wait to be discovered.“ So to be successful, it is vital to move – to move ahead. „That is where the solutions lie. All we need to do is to develop them.“ ■