

Das Jahr 2010 ist das Jahr Eins nach der Finanzkrise. Das Handwerk ist bisher vergleichsweise gut durch die konjunkturellen Verwerfungen gekommen, nicht zuletzt dank diverser Stützungsmaßnahmen der Regierung. Doch das dicke Ende kommt noch. Angesichts der gigantischen Neuverschuldung des Bundes von rund 100 Milliarden Euro muss jedem normalen Menschen Angst und bange werden. Das Dilemma ist: Um den Totalabsturz der Konjunktur zu verhindern, hatte die Politik gar keine andere Wahl, als Geld in den Markt zu pumpen und die Verschuldung hochzufahren. Ab 2011 wird dann mit dem Sparen begonnen, versucht uns jetzt der Finanzminister weiß zu machen. Doch dieses Vorhaben steht auf ganz wackeligen Beinen. Denn nur wenn die Wirtschaft kräftig wächst, ist an den Abbau des Schuldenbergs zu denken. Und wer würde dafür im Moment die Hand ins Feuer legen? Wie dem auch sei: Einfacher wird es nicht in diesem Jahr, und große Sprünge dürften für die Wenigsten von uns drin sein.

Ähnliche Gedanken wird sich auch der Kollege Dirk Fürste gemacht haben, der mit den Gedanken an einen Hallenneubau spielte. Er hat sich schließlich dagegen entschieden. Dass er jetzt trotzdem zukunftssicher aufgestellt ist, hat er nicht zuletzt seinem Betriebsberater zu verdanken. Der optimierte zusammen mit Fürste die Fertigungsabläufe und konnte so brach liegendes Potenzial des Betriebes wecken. Ein gutes Beispiel dafür, dass

sich auch mit »kleinen Sprüngen« viel erreichen lässt. (Seiten 20 bis 22).

Auch im Beitrag unseres Autors Daniel Dirkes auf den Seiten 52 und 53 geht es um das Optimieren. Der Marketingfachmann gibt Tipps, wie man die Startseite seiner Homepage verbessern kann. Im Blickpunkt steht die Frage, wie sich die sog. Absprungrate senken lässt. So bezeichnet man den Anteil der Besucher, die



»Einfacher wird es nicht im neuen Jahr. Große Sprünge werden wohl für die Wenigsten von uns drin sein.«

direkt nach dem Anklicken der Startseite wieder verschwinden. Denn fast jeder, der auf Ihrer Homepage landet, ist ein potenzieller Kunde. Wenn Sie es schaffen, ihn in Ihre Seiten hinein zu ziehen und für Ihre Leistungen zu interessieren, haben Sie gute Chancen, dass aus ihm dann auch ein echter Kunde wird.

Zwei Beiträge, die stellvertretend für das breite Themenspektrum dieses Heftes stehen: Wir hoffen auf Ihr Interesse!

Zum Schluss noch mein Lieblingszitat zum Jahreswechsel, Erich Kästner lässt grüßen: »Wird's besser? Wird's schlimmer? fragt man alljährlich. Seien wir ehrlich: Leben ist immer lebensgefährlich!« Ich wünsche Ihnen Gesundheit und ein erfolgreiches Jahr 2010.

Hans Graffé, Chefredakteur