WIMCOM

The Military Business Company



TRAINING

VORWORT

Wer im Military Business erfolgreich arbeiten will, muss verstehen, wie militärische Bedarfe, öffentliche Beschaffung und industrielle Zusammenarbeit ineinandergreifen. Das gilt beim Einstieg ebenso wie bei der Weiterentwicklung eines bestehenden Geschäfts.

WIMCOM ist die größte auf das Military Business spezialisierte Unternehmensberatung in Deutschland. Seit 2014 beraten und unterstützen wir Unternehmen im Geschäft mit der Bundeswehr und der Sicherheits- und Verteidigungsindustrie. **Unser Expertenteam vereint Erfahrung aus militärischer Führung, Verwaltung, Beschaffung und Wirtschaft.** Mehr als 700 Kunden vertrauen inzwischen auf unsere Arbeit.

Im Tagesgeschäft begegnet uns immer wieder eine ähnliche Situation:
Unternehmen verfügen über **leistungsfähige Produkte, engagierte Mitarbeitende** und erste Kontakte. Dennoch kommen Vorhaben nur langsam voran.

Mit **WIMCOM Training** machen wir das entscheidende **Zusammenhangswissen für Fach- und Führungskräfte kompakt zugänglich.** Unser zentrales Programm **Onboarding Military Business** verbindet die Perspektiven des **öffentlichen Auftraggebers und der Industrie** mit konkreten unternehmerischen Fragestellungen. Die Teilnehmenden lernen, ihre Erfahrungen einzuordnen, Annahmen zu überprüfen und Entscheidungen fundiert vorzubereiten.

Dabei ist uns wichtig, dass Wissen im Arbeitsalltag nutzbar wird. Erfahrene Referenten, der Austausch zwischen Unternehmen und die gemeinsame Fallarbeit schaffen Raum für Fragen, die im Tagesgeschäft häufig offenbleiben. Unterschiedliche berufliche Hintergründe bereichern diesen Austausch - vom ausscheidenden Soldaten bis zur erfahrenen Geschäftsführerin.

Wir möchten **Menschen befähigen, Verantwortung im Military Business mit einem klaren Verständnis für dessen Zusammenhänge zu übernehmen.** Auf dieser Grundlage können Unternehmen Chancen realistischer bewerten und ihre Entwicklung gezielter gestalten.



Dr. Matthias Witt
Geschäftsführender Gesellschafter

Anna Schüller
Head of Training



WIMCOM TRAINING

WIMCOM Training vermittelt Zusammenhangswissen und verbindet es mit der praktischen Anwendung. Wir befähigen Fach- und Führungskräfte, Anforderungen einzuordnen, die eigene Ausgangslage zu bewerten und begründete nächste Schritte abzuleiten. Das gilt für Unternehmen, die den Markteintritt vorbereiten, ebenso wie für bereits aktive Unternehmen, die ihr Geschäft systematisch weiterentwickeln wollen.

Im Zentrum steht **Onboarding Military Business (OMB).** Das **unternehmensübergreifende Programm verbindet strukturierten Wissensaufbau mit persönlichem Austausch und der Bearbeitung unternehmerischer Fragestellungen.** Teilnehmende aus unterschiedlichen Unternehmen bringen ihre individuellen Erfahrungen ein, prüfen bestehende Annahmen und entwickeln ein gemeinsames Verständnis für die Arbeit im Military Business.

Dafür arbeiten wir mit einem wachsenden Referentenpool. **Experten mit langjähriger Erfahrung aus Bundeswehr, Verwaltung und Industrie** bringen unterschiedliche Perspektiven ein. Dazu zählen **ehemalige Generale, ehemalige Beamte aus den Beschaffungsorganisationen der Bundeswehr sowie Vertreter der Inhouse-Gesellschaften** und von Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette im Military Business.
So können wir gezielt auf die Fragestellungen und Bedarfe der jeweiligen Gruppe eingehen.

WIMCOM TRAINING, ACADEMY UND CONSULTING GREIFEN INEINANDER:

Der Geschäftsbereich **Training** schafft die **übergreifende Wissens- und Handlungsgrundlage.** Die Academy vertieft ausgewählte **Fachthemen.** Das Consulting begleitet Unternehmen bei konkreten strategischen und operativen Aufgaben. Die Erkenntnisse aus der Beratungspraxis fließen wiederum in unsere Qualifizierungsangebote ein.

Neben dem unternehmensübergreifenden Programm sind auch individuelle Onboardings für einzelne Unternehmen möglich. Darüber hinaus können nach Abstimmung weitere Trainingslösungen für spezifische Qualifizierungsbedarfe entwickelt werden.

ONBOARDING MILITARY BUSINESS

Ein leistungsfähiges Produkt, erste Branchenkontakte oder bereits gewonnene Aufträge sind wertvolle Voraussetzungen im Military Business. Für eine systematische Geschäftsentwicklung kommt es darauf an, die Zusammenhänge dahinter zu verstehen:

Wie entstehen militärische Bedarfe?

Wer bereitet Entscheidungen vor, wer beschafft und wer nutzt die Leistung?

Welche Rolle kann das eigene Unternehmen übernehmen?

Diese Fragen stellen sich beim Markteintritt ebenso wie beim Ausbau eines bestehenden Geschäftsfeldes. Unternehmen können seit Jahren erfolgreich einzelne Kunden beliefern und dennoch nur einen Ausschnitt des Marktes kennen.

Onboarding Military Business verbindet vorhandene Erfahrung mit dem Blick auf das Gesamtsystem. Es vermittelt das Systemverständnis, mit dem Unternehmen ihre bisherigen Erfahrungen einordnen, Wissenslücken erkennen und ihre nächsten Schritte fundiert vorbereiten können.

TYPISCHE AUSGANGSLAGEN SIND:

- **Das Portfolio ist leistungsfähig – der passende Bedarf bleibt unklar.**
  Welche Leistungen sind für die Bundeswehr oder ihre Industriepartner tatsächlich relevant?
- **Kontakte sind vorhanden – das Geschäft entwickelt sich kaum weiter.** Sind die richtigen Akteure eingebunden, und passt die Ansprache zur jeweiligen Rolle und Projektphase?
- **Erste Aufträge wurden gewonnen – weiteres Wachstum bleibt aus.** Wie lässt sich aus einzelnen Geschäftsbeziehungen eine systematische Marktbearbeitung entwickeln?
- **Ein Unternehmen wächst – das Wissen bleibt bei Einzelnen.**
  Wie entsteht ein gemeinsames Verständnis über Funktionen und Abteilungen hinweg?

OMB richtet sich deshalb an **Fach- und Führungskräfte,** die den Markteinstieg vorbereiten, bestehende Aktivitäten überprüfen oder zusätzliche Verantwortung im Military Business übernehmen. Zivile Berufserfahrung, militärische Vorkenntnisse und bestehende Branchenkenntnisse bilden dabei unterschiedliche Ausgangspunkte.

Auch **ausscheidende Soldatinnen und Soldaten auf Zeit** sind willkommen. Sie kennen die Bundeswehr aus ihrer Dienstzeit als militärischen Arbeitgeber und bringen wertvolle Erfahrungen aus der Truppe mit. Die Perspektive der Bundeswehr als öffentlicher Auftraggeber und die Anforderungen an ihre Industriepartner sind ihnen jedoch nicht zwangsläufig vertraut. OMB ergänzt ihre militärischen Kenntnisse um das Verständnis, das sie für eine Tätigkeit auf Unternehmensseite benötigen.

Das Ziel ist eine belastbare Grundlage für unternehmerische Entscheidungen:
Chancen realistisch bewerten, notwendige Voraussetzungen erkennen und die eigene Arbeit an den tatsächlichen Strukturen und Anforderungen des Military Business ausrichten.

KONZEPT UND AUFBAU

Onboarding Military Business verbindet zwei Präsenzphasen mit einer fünfwöchigen digitalen Selbstlernphase. Fachliche Impulse, eigenständiges Lernen und die gemeinsame Bearbeitung unternehmerischer Fragestellungen bauen aufeinander auf. Der Austausch mit Referenten und Teilnehmenden aus unterschiedlichen Unternehmen eröffnet zusätzliche Perspektiven auf die eigene Arbeit.

Präsenzphase I – Die gemeinsame Grundlage schaffen

Zum Auftakt kommen die Teilnehmenden für eineinhalb Tage in Höhr-Grenzhausen zusammen. Vorträge und Diskussionen ordnen das Military Business aus unterschiedlichen Perspektiven ein. Die Teilnehmenden lernen sich kennen, bringen ihre Erfahrungen ein und beginnen mit der Bearbeitung ihrer Case Study. Der gemeinsame Netzwerkabend bietet Raum, Gespräche fortzuführen und Kontakte aufzubauen.

Digitale Selbstlernphase – Wissen aufbauen und einordnen

In den folgenden fünf Wochen bearbeiten die Teilnehmenden berufsbegleitend jeweils ein Online-Modul: vom Auftraggeber Bundeswehr über Beschaffungsprozesse und Business Development bis zur Sicherheits- und Verteidigungsindustrie sowie relevanten Netzwerken.

Die Lernplattform verbindet Fachtexte und Abbildungen mit Experteninterviews, Podcasts und Wissensfragen. Die Bearbeitung lässt sich innerhalb der jeweiligen Woche flexibel organisieren. Für das Selbstlernen sind etwa vier Stunden pro Woche einzuplanen. Hinzu kommt die wöchentliche Live-Session, in welcher die Teilnehmenden Fragen mit dem zuständigen Referenten klären und die Inhalte anhand praktischer Situationen vertiefen können.

Durchgehende Fallarbeit – Wissen in Entscheidungen übersetzen

Die Case Studies begleiten das gesamte Programm. In Gruppen übernehmen die Teilnehmenden die Perspektive eines fiktiven Unternehmens und entwickeln begründete Handlungsempfehlungen. Neue Informationen und Aufgaben zu den einzelnen Modulen erweitern die Ausgangslage schrittweise. Dabei gilt es, Handlungsoptionen abzuwägen, Prioritäten zu setzen und wirtschaftliche Risiken zu berücksichtigen.

Präsenzphase II – Entscheidungen begründen und Wissen überprüfen

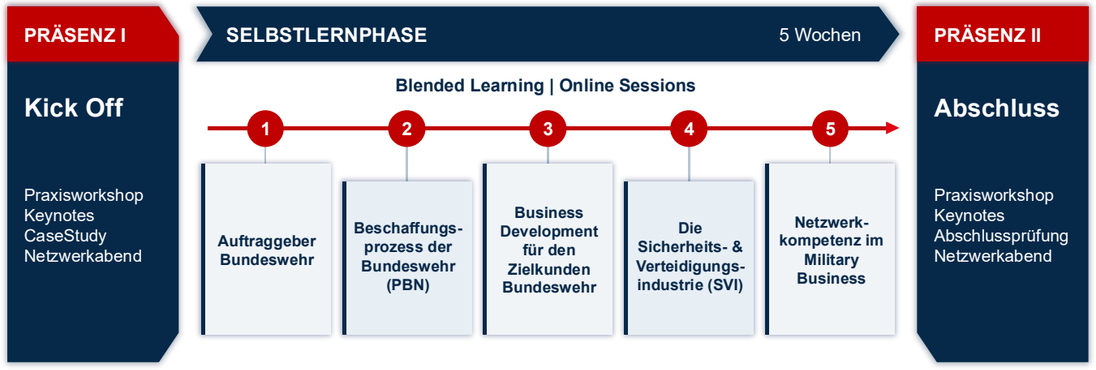
Zum Abschluss treffen sich die Teilnehmenden erneut für eineinhalb Tage in Höhr-Grenzhausen. Expertenvorträge ergänzen das erarbeitete Wissen um weitere Praxisperspektiven. Die Gruppen präsentieren die Empfehlungen aus ihren Case Studies und diskutieren diese im Plenum.
In einer individuellen Multiple-Choice-Prüfung weisen die Teilnehmenden ihr erworbenes Wissen nach. Nach bestandener Prüfung erhalten sie das WIMCOM-Abschlusszertifikat.

Förderung durch den BFD

Die Teilnahme an Onboarding Military Business ist grundsätzlich durch den Berufsförderungsdienst der Bundeswehr (BFD) förderbar. Die individuelle Fördermöglichkeit klären Sie bitte mit Ihrem zuständigen BFD-Berater.

ONBOARDING MILITARY BUSINESS

Militärische Bedarfe verstehen





MODUL 1

AUFTRAGGEBER BUNDESWEHR

Wer ist für das eigene Angebot relevant?
Die Antwort hängt davon ab, welche Leistung ein Unternehmen erbringt und wo sie benötigt wird. Nutzer, Bedarfsträger und Bedarfsdecker übernehmen unterschiedliche Aufgaben. Wer diese Rollen kennt, kann Gespräche gezielter vorbereiten und Informationen aus dem Markt besser bewerten.

Das erste Modul vermittelt einen Überblick über die Bundeswehr als öffentlichen Auftraggeber.
Es erläutert die Aufgaben des Bundesministeriums der Verteidigung und der Bundeswehr sowie das Zusammenspiel der Organisationen, die an Planung, Beschaffung und Nutzung beteiligt sind.

Organisationen und ihre Aufgaben
Im Mittelpunkt stehen die Beschaffungsorganisationen: das Bundesamt für Ausrüstung, Informationstechnik und Nutzung der Bundeswehr (BAAINBw) sowie das Bundesamt für Infrastruktur, Umweltschutz und Dienstleistungen der Bundeswehr (BAIUDBw). Die Teilnehmenden erfahren, welche Aufgaben diese Ämter übernehmen und welche Bedeutung ihre nachgeordneten Dienststellen für Unternehmen haben – etwa die Wehrtechnischen Dienststellen und die regionalen Bundeswehr-Dienstleistungszentren.

Auch das Planungsamt und die Inhouse-Gesellschaften der Bundeswehr werden eingeordnet. Beispiele wie BWI, HIL oder BwFuhrparkService verdeutlichen, wie unterschiedlich Leistungen für die Bundeswehr organisiert und erbracht werden.

Zugänge zum Geschäft erkennen
Das Modul zeigt, welche Organisationen unterschiedliche Leistungen beschaffen und welche Vergabeplattformen dafür genutzt werden. Die Teilnehmenden erfahren außerdem, wann Inhouse-Gesellschaften oder Industrieunternehmen als potenzielle Auftraggeber infrage kommen.

Bedeutung für die unternehmerische Praxis
Ein fachlich interessierter Nutzer ist nicht zwangsläufig für die Beschaffung zuständig.
Ebenso führt der Weg eines Zulieferers häufig über einen Industriepartner. Solche Unterschiede zu erkennen, hilft Unternehmen, Erwartungen an Kontakte realistisch einzuschätzen und ihre nächsten Schritte sinnvoll auszurichten.
Nach dem Modul können die Teilnehmenden relevante Organisationen und Ansprechpartner für ihr Unternehmen eingrenzen und deren Zuständigkeiten unterscheiden.

MODUL 2

BESCHAFFUNGSPROZESS DER BUNDESWEHR

Wenn eine Ausschreibung veröffentlicht wird, sind bereits wesentliche Entscheidungen getroffen worden. Ein militärischer Bedarf wurde beschrieben, Anforderungen wurden konkretisiert und mögliche Lösungen untersucht. Wer Geschäftsmöglichkeiten bewerten will, muss deshalb verstehen, wie ein Vorhaben entsteht und welchen Weg es bis zur Beschaffung und späteren Nutzung durchläuft.

Das zweite Modul behandelt die Projektbezogene Bedarfsdeckung und Nutzung (PBN). Sie bildet den Rahmen, in dem die Bundeswehr komplexe materielle Lösungen und zugehörige Dienstleistungen analysiert, realisiert und über ihre Nutzungsdauer begleitet. Die Teilnehmenden lernen, diesen Prozess innerhalb der Bedarfsdeckung einzuordnen und seine Bedeutung für Unternehmen zu verstehen.

Vom Bedarf zur einsatzreifen Lösung

Im Mittelpunkt stehen die drei Phasen Analyse, Realisierung und Nutzung. Wie wird aus einer erkannten Fähigkeitslücke ein konkretes Projekt? Welche Lösungswege werden betrachtet, und wie wird eine Auswahl getroffen? Welche Voraussetzungen müssen erfüllt sein, damit eine beschaffte Leistung tatsächlich eingesetzt werden kann?
Dabei wird deutlich, weshalb Ausbildung, Dokumentation, Ersatzteilversorgung, Infrastruktur und logistische Unterstützung frühzeitig mitgedacht werden müssen. Für Unternehmen können sich daraus Aufgaben ergeben, die weit über die Entwicklung oder Lieferung eines einzelnen Produktes hinausgehen.

Verantwortlichkeiten und Entscheidungen einordnen

Das Modul erläutert die Aufgaben der beteiligten Akteure und die Rolle des Projektleiters. Zentrale Dokumente und Entscheidungen zeigen, welchen Stand ein Vorhaben erreicht hat und welche Schritte folgen. Neben dem Regelverfahren werden die Besonderheiten der Verfahren für IT-Services und Entwicklungslösungen betrachtet. So entsteht ein Verständnis dafür, weshalb unterschiedliche Vorhaben auch unterschiedliche Vorgehensweisen erfordern.

Bedeutung für die unternehmerische Praxis

Die Projektphase beeinflusst, welche Fragen für einen potenziellen Auftraggeber gerade relevant sind. In der Analyse geht es um andere Themen als bei der Realisierung oder während der Nutzung. Unternehmen können ihre Leistungen und Gesprächsangebote gezielter ausrichten, wenn sie diesen Kontext kennen. Nach dem Modul können die Teilnehmenden Projektstände einordnen und mögliche Beiträge ihres Unternehmens in den jeweiligen Phasen erkennen.

MODUL 3

BUSINESS DEVELOPMENT FÜR DEN ZIELKUNDEN BUNDESWEHR

Welche militärischen Bedarfe passen zum eigenen Leistungsangebot? Welche Geschäftsmöglichkeiten rechtfertigen den Einsatz begrenzter Ressourcen? Das Modul betrachtet Markt, Wettbewerb und Unternehmensfähigkeiten als Grundlage für eine gezielte Geschäftsentwicklung.
Die Teilnehmenden lernen, ihr Produkt- und Leistungsportfolio aus Sicht des Zielmarktes zu betrachten und daraus begründete Ansätze für die Positionierung und weitere Marktbearbeitung abzuleiten.

Vom eigenen Angebot zum relevanten Bedarf

Ein Produkt kann technisch überzeugen und dennoch an den Anforderungen eines militärischen Vorhabens vorbeigehen. Entscheidend ist, welchen Beitrag eine Leistung zur Lösung eines konkreten Problems leisten kann und wie sie sich in vorhandene oder geplante Systeme einfügt.

Das Modul zeigt, wie Unternehmen bestehende Kompetenzen mit aktuellen und zukünftigen Bedarfen in Verbindung bringen können. Dabei werden auch die Einsatzmöglichkeiten marktverfügbarer ziviler und militärischer Produkte sowie von Dual-Use-Lösungen eingeordnet. Beschaffungs- und Zukunftsvorhaben dienen dazu, mögliche Anknüpfungspunkte für das eigene Portfolio zu erkennen.

Positionierung und Handlungsoptionen entwickeln

Welche Stärken unterscheiden das Unternehmen vom Wettbewerb? Wo fehlen Fähigkeiten oder geeignete Partner? Soll eine Leistung direkt angeboten, über ein Systemhaus eingebracht oder gemeinsam mit anderen Unternehmen weiterentwickelt werden?
Methoden wie die SWOT-Analyse und die Ansoff-Matrix unterstützen dabei, die eigene Ausgangslage strukturiert zu bewerten. Unterschiedliche Marktrollen und Kooperationsmodelle helfen, Handlungsoptionen zu entwickeln und gegeneinander abzuwägen. Dabei gehört auch die Entscheidung dazu, eine zunächst attraktiv erscheinende Geschäftsmöglichkeit zurückzustellen.

Bedeutung für die unternehmerische Praxis

Business Development beginnt lange vor einer konkreten Ausschreibung. Es verbindet die Beobachtung von Bedarfsentwicklungen mit der Weiterentwicklung des eigenen Angebots und dem Aufbau geeigneter Geschäftsbeziehungen. Für bereits aktive Unternehmen eröffnet dieser Blick die Möglichkeit, über bestehende Kunden und Einzelaufträge hinauszudenken.
Nach dem Modul können die Teilnehmenden Geschäftsmöglichkeiten priorisieren und begründen, welche Positionierung und nächsten Schritte zu ihrem Unternehmen passen.

MODUL 4

SICHERHEITS- UND VERTEIDIGUNGSINDUSTRIE (SVI)

Ein militärisches System entsteht im Zusammenspiel von Systemhäusern, spezialisierten Zulieferern und Dienstleistern. Das vierte Modul zeigt, wie diese Unternehmen zusammenarbeiten und welche Anforderungen ihre Geschäftsbeziehungen prägen.

Marktakteure und ihre Zusammenarbeit

Welche Aufgaben übernehmen Systemhäuser? Wie arbeiten sie mit mittelständischen Unternehmen und spezialisierten Zulieferern zusammen? Wer entwickelt, integriert, fertigt oder übernimmt Leistungen während der Nutzung?

Die Teilnehmenden lernen unterschiedliche Unternehmensrollen kennen und erfahren, wie Leistungen zu einem Gesamtsystem zusammengeführt werden. Dabei wird deutlich, welche Bedeutung Schnittstellen, verlässliche Partnerschaften und die Einbindung in bestehende Lieferketten für die Geschäftsentwicklung haben.

Anforderungen an Organisation und Zusammenarbeit

Die Zusammenarbeit in der Sicherheits- und Verteidigungsindustrie ist häufig projektbezogen und langfristig angelegt. Entwicklungszeiträume, unterschiedliche Stückzahlen und hohe Anforderungen an Qualität und Dokumentation beeinflussen die betriebliche Planung ebenso wie die spätere Leistungserbringung.

Das Modul erläutert den typischen Aufbau wehrtechnischer Unternehmen und zeigt, wie technische, kaufmännische und regulatorische Anforderungen im Projektverlauf zusammenwirken. Themen wie Informationssicherheit, Geheimschutz und Exportkontrolle werden in ihrer Bedeutung eingeordnet. Welche Voraussetzungen im Einzelfall relevant sind, hängt von der Leistung und dem jeweiligen Projekt ab. Aktuelle Entwicklungen und Zukunftstrends zeigen außerdem, wie sich Anforderungen und Formen der Zusammenarbeit verändern.

Bedeutung für die unternehmerische Praxis

Technische Kompetenz allein beantwortet noch nicht die Frage, ob ein Unternehmen als Partner für ein bestimmtes Vorhaben infrage kommt. Ebenso wichtig ist, ob es die Anforderungen an Prozesse, Zusammenarbeit und langfristige Verlässlichkeit erfüllen kann. Auch bereits aktive Zulieferer müssen diese Voraussetzungen überprüfen, wenn sie zusätzliche Aufgaben oder größere Projektanteile übernehmen wollen.

Nach dem Modul können die Teilnehmenden mögliche Rollen in der Wertschöpfungskette bewerten und den Entwicklungsbedarf ihres Unternehmens für die angestrebten Aufgaben erkennen.

MODUL 5

NETZWERKKOMPETENZ IM MILITARY BUSINESS

Ein tragfähiges Netzwerk ermöglicht fachlichen Austausch, neue Perspektiven und verlässliche Zusammenarbeit. Das fünfte Modul vermittelt einen Überblick über relevante Netzwerke, Verbände und Organisationen und zeigt, wie sich eigene Beziehungen gezielt aufbauen und langfristig pflegen lassen.

Relevante Akteure und ihren Nutzen einordnen

Welche Netzwerke passen zu den eigenen Aufgaben und Unternehmenszielen? Was leisten Verbände als Interessenvertretung? Welche Organisationen bieten Zugang zu Fachwissen, Veranstaltungen und dem Austausch zwischen Bundeswehr, Industrie und Wissenschaft?

Das Modul stellt ausgewählte Netzwerke, Verbände und Organisationen vor und erläutert ihre Aufgaben sowie ihren Nutzen für Unternehmen im Military Business.

Die eigene Netzwerkarbeit gestalten

Kontakte erfüllen unterschiedliche Funktionen: Operative Netzwerke unterstützen die Zusammenarbeit im Tagesgeschäft. Persönliche Netzwerke ermöglichen Lernen, Feedback und die eigene Weiterentwicklung. Strategische Netzwerke eröffnen langfristige Perspektiven und Zugänge zu neuen Geschäftsmöglichkeiten.

Die Teilnehmenden betrachten ihr bestehendes Netzwerk aus diesen Blickwinkeln. Wo konzentrieren sich ihre Beziehungen? Welche Perspektiven fehlen? Wie lassen sich Verbindungen über das unmittelbare Arbeitsumfeld hinaus entwickeln?

Darauf aufbauend behandelt das Modul die Vorbereitung auf Veranstaltungen und Messen, den Gesprächseinstieg sowie die anschließende Kontaktpflege. Digitale Sichtbarkeit und persönliche Begegnungen werden miteinander verbunden. Gegenseitige Unterstützung und verlässliche Zusagen bilden dabei die Grundlage für Vertrauen.

Bedeutung für die unternehmerische Praxis

Wer Veranstaltungen mit klaren Zielen besucht und Gespräche konsequent nachbereitet, kann seine Netzwerkaktivitäten sinnvoller einsetzen. Auch bestehende oder länger ruhende Kontakte können neue Bedeutung gewinnen, wenn ein passender Anlass und ein erkennbarer gegenseitiger Nutzen bestehen.

Nach dem Modul können die Teilnehmenden passende Netzwerke auswählen, Lücken in ihren Beziehungen erkennen und konkrete Schritte für ihre Kontaktpflege planen.

CASE STUDIES MILITARY BUSINESS

UNTERNEHMERISCHE ENTSCHEIDUNGEN IN DER PRAXIS

Die folgenden Fallstudien **zeigen zwei typische Unternehmenssituationen:** TRIVARON möchte sein **bestehendes Military Business ausbauen,** LauBec **prüft den Markteintritt**. Im **OMB** entwickeln die Teilnehmenden dazu **begründete Empfehlungen und einen konkreten Umsetzungsplan.**

Beide Fallstudien sind fiktiv. Unternehmen und handelnde Personen sind frei erfunden und beziehen sich auf keine spezifischen realen Unternehmen.



TRIVARON PRÄZISION GMBH
Bestehendes Geschäft weiterentwickeln

Die **TRIVARON Präzision GmbH** fertigt mit **118 Mitarbeitenden** hochpräzise **Metallkomponenten und Baugruppen für zivile Industriekunden und die Sicherheits- und Verteidigungsindustrie.** Im Defence-Geschäft hat sich das Unternehmen **seit mehreren Jahren als zuverlässiger Lieferant** bewährt. Die Aufträge entstanden überwiegend über persönliche Kontakte und konkrete Anfragen.

Die Geschäftsführung möchte das **Defence-Geschäft gezielt ausbauen.** Trotz erster Referenzen und freier Fertigungskapazitäten gelingt es jedoch kaum, zusätzliche Kunden oder größere Projektanteile zu gewinnen. Gespräche verlaufen positiv, führen aber selten zu konkreten Aufträgen.

Bestehendes Geschäft, offene Grundsatzfragen

TRIVARON kennt die Anforderungen seiner bisherigen Kunden. Wie die eigenen Komponenten zu **militärischen Bedarfen** beitragen, in welchen Projektphasen neue Zulieferer eingebunden werden und welche weiteren Industriepartner infrage kommen, ist dagegen nur teilweise bekannt. Das Branchenwissen konzentriert sich zudem auf wenige Personen.

Für den nächsten Wachstumsschritt muss die Geschäftsführung klären, wo TRIVARON seine Stärken einsetzen kann und welche Voraussetzungen dafür fehlen. Mehr Vertriebsaktivität allein löst diese Fragen nicht.

Die Aufgabe im OMB

Die Gruppen entwickeln eine Empfehlung für den Ausbau des bestehenden Defence-Geschäfts:

- **Welche Position sollte TRIVARON innerhalb der Wertschöpfungskette anstreben?**
- **Wie lassen sich passende Projekte und zusätzliche Kunden systematisch identifizieren?**
- **Welche organisatorischen und fachlichen Voraussetzungen müssen weiterentwickelt werden?**
- **Welche Investitionen sind vertretbar, bevor zusätzliche Aufträge gesichert sind?**

Daraus entsteht ein priorisierter Fahrplan für die kommenden zwölf Monate – mit Meilensteinen und Kriterien, an denen die Geschäftsführung den Fortschritt bewerten kann.

Was der Fall sichtbar macht

Der Fall zeigt, warum auch bewährte Zulieferer vom OMB profitieren: Die Teilnehmenden verbinden vorhandene Branchenerfahrung mit einem systematischen Blick auf zusätzliche Kunden, Projekte und Entwicklungsmöglichkeiten.





LAUBEC ENGINEERING GMBH
Den Markteintritt vorbereiten

Die LauBec Engineering GmbH unterstützt mit 48 Mitarbeitenden Kunden aus Maschinenbau, Medizintechnik und Automatisierung. Ihre Leistungen reichen von Konstruktion und Simulation über Elektronikentwicklung bis zum Prototypenbau. Als Entwicklungsdienstleister ohne eigene Serienproduktion wird LauBec häufig frühzeitig in Kundenprojekte eingebunden.

Als Aufträge im bisherigen Geschäft zurückgehen, prüft Geschäftsführerin Dr. Laura Becker neue Absatzmärkte. Ein Kontakt zu einem Systemhaus eröffnet eine mögliche Perspektive:
Gesucht werden externe Entwicklungspartner mit genau den technischen Fähigkeiten, die LauBec mitbringt.

Technische Kompetenz trifft auf neue Anforderungen

LauBec verfügt über erfahrene Ingenieure und anspruchsvolle zivile Referenzprojekte. Militärische Anforderungen und Beschaffungsprozesse sind dem Unternehmen dagegen kaum vertraut. Potenzielle Partner erwarten neben technischer Leistungsfähigkeit auch geeignete Prozesse für Informationssicherheit, Projektorganisation und den Umgang mit vertraulichen Informationen.

Zugleich erwarten potenzielle Kunden Defence-Referenzen, die LauBec erst aufbauen muss. Die Geschäftsführung steht vor der Entscheidung, welche Vorleistungen sie ohne gesicherten Auftrag erbringen kann und welche Abhängigkeiten sie bei einer größeren Partnerschaft akzeptieren würde.

Die Aufgabe im OMB

Die Gruppen entwickeln eine Empfehlung für den Aufbau des neuen Geschäftsfeldes:

- **Welche Rolle und welche Leistungen sollte LauBec im Defence-Markt anbieten?**
- **Welche Fähigkeiten muss das Unternehmen selbst aufbauen, welche über Partner ergänzen?**
- **Welche organisatorischen Voraussetzungen haben vor dem ersten Auftrag Priorität?**
- **Unter welchen Bedingungen ist ein erstes Projekt wirtschaftlich und strategisch sinnvoll?**

Die Gruppen entwickeln einen Zwölfmonatsfahrplan mit priorisierten Maßnahmen und Investitionsgrenzen. Sie benennen auch Bedingungen, unter denen LauBec einen Auftrag trotz seines Umsatzpotenzials oder Referenzwertes ablehnen sollte.

Was der Fall sichtbar macht

Der Fall zeigt, wie Unternehmen ihre technische Expertise in ein tragfähiges Angebot für den Defence-Markt übersetzen können. Die Teilnehmenden müssen entscheiden, welche Voraussetzungen vor dem ersten Auftrag notwendig sind und wie sich der Einstieg mit begrenzten Ressourcen gestalten lässt.

WIMCOM TRAINING WEITERDENKEN

Die Fragen unserer Teilnehmenden geben **wichtige Impulse für die Weiterentwicklung von WIMCOM Training.** Sie zeigen, **welche Themen Unternehmen beschäftigen,** wo zusätzlicher **Qualifizierungsbedarf** entsteht und welche **Formate sich im Arbeitsalltag bewähren**.
Wir greifen diese Erfahrungen auf und verbinden sie mit Erkenntnissen aus unserer Beratungspraxis. So entwickeln wir **Inhalte und Methoden** weiter und ergänzen unseren wachsenden Referentenpool um zusätzliche fachliche Perspektiven. Technologische Entwicklungen und veränderte Anforderungen im Military Business fließen dabei ebenso ein wie konkrete Herausforderungen aus den Unternehmen.

Den Austausch über das Programm hinaus wollen wir weiter stärken. Im **OMB** lernen sich Menschen aus unterschiedlichen Unternehmen, Funktionen und beruflichen Hintergründen kennen. Sie bearbeiten **gemeinsam Fragestellungen, diskutieren unterschiedliche Einschätzungen** und lernen voneinander. Daraus können Beziehungen für **fachlichen Austausch, gegenseitige Unterstützung und gemeinsame Vorhaben** entstehen, die auch nach dem Abschluss Bestand haben.

Onboarding Military Business bildet den Kern unseres Trainingsangebots. Ergänzend wollen wir bedarfsgerechte **Trainingslösungen und individuelle Onboardings weiterentwickeln.** Praxisbezug und persönlicher Austausch bleiben dabei die Maßstäbe: Entscheidend ist, wie die Teilnehmenden das erworbene Wissen und die entstandenen Verbindungen für ihre beruflichen Aufgaben nutzen können.

TERMINE UND PROGRAMM

Die nächsten **Starttermine** und das aktuelle **Gesamtprogramm** von **Onboarding Military Business** finden Sie unter:
www.wimcom.de/training

Auch für individuelle Onboardings und weitere Trainingslösungen für Ihr Unternehmen stehen wir Ihnen als Ansprechpartner zur Verfügung.

wimcom.de/training

EINBLICKE INS MILITARY BUSINESS

PODCAST

#InsideMilitaryBusiness

Mit unserem Podcast **#InsideMilitaryBusiness** vertiefen Sie Ihren Blick auf die Branche.

WIMCOM-Experten und Gäste sprechen über aktuelle Entwicklungen, unternehmerische Herausforderungen und die Zusammenhänge hinter dem Geschäft mit Bundeswehr und Sicherheits- und Verteidigungsindustrie.

Hören Sie rein – auf Spotify, Apple Podcasts und Amazon Music.

INSIDE MILITARY BUSINESS

JETZT PODCAST BEI SPOTIFY HÖREN



General a. D. Eberhard Zorn, ehemaliger Generalinspekteur der Bundeswehr, gehört zum WIMCOM-Team und ist fester Speaker im Onboarding Military Business sowie Gesprächspartner im Podcast #InsideMilitaryBusiness.

WIMCOM
The Military Business Company

WIMCOM GmbH

Hermann-Geisen-Straße 70
56203 Höhr-Grenzhausen

Geschäftsbereich Training

Head of Training:
Anna Schüller

+49 160 93 52 50 65

training@wimcom.de

www.wimcom.de/training

Impressum

Geschäftsführung:
Dr. Matthias Witt

Registereintrag:
Eingetragen im Handelsregister
Registergericht: Montabaur
Registernummer: HRB 26550

Umsatzsteuer-ID:
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer
nach §27a Umsatzsteuergesetz:
USt-ID: DE 293590082



Quellen der verwendeten Bilder:

Team of Aviation Engineers Work on a New Drone, Have discussion, Use Laptops. In the Background Scientific Laboratory. - **Gorodenkoff / Adobe Stock**

The interior of a military transport plane with cargo or aid for Ukraine.generative ai - **Ivan/ Adobe Stock**

Team collaborating on business charts and laptop - **AmDmLib / Adobe Stock**

KSK Special Forces in High-Speed Pursuit on German Highway with Tactical Vehicles - **aimodels24 / Adobe Stock**

Fregatten in der Neuen Jade Werft - **Hans Sehringer / Adobe Stock**