

Kontinuierlich besser werden: Analysieren Sie Ihre Chancen

In jedem Unternehmen steckt viel unerschlossenes Potenzial. es lohnt sich, ein bisschen genauer hinzuschauen

von Volkmar Helfrecht

Unternehmensführung ist ein permanenter Wettlauf. Wer stehen bleibt, fällt zurück. stätiglich noch ein bisschen besser% sollte deshalb Ihre Devise sein. Nötig hierfür ist der regelmäßige Blick auf die Ist-Situation. Die folgenden Fragen helfen Ihnen, Ihren Betrieb beziehungsweise Verantwortungsbereich einmal systematisch unter verschiedenen Aspekten zu beleuchten.

Stellen Sie damit Ihre Firma, Ihr Warenangebot, Ihren Markt, Ihre Kundenorientierung ò auf den Prüfstand: Analysieren Sie, wo Ihre individuellen Stärken liegen und wo Sie besonders gute Chancen und Entwicklungsmöglichkeiten haben. Prüfen Sie aber auch sehr genau, wo Sie noch besser werden können oder sogar müssen. Spüren Sie Mängel auf, auf deren Grundlage Sie dann Verbesserungen und Innovationen gezielt angehen können.

1. **Ziele/Vision:** Gibt es für unser Unternehmen eine schriftlich fixierte Vision? Welche lang-, mittel- und kurzfristigen Ziele wollen wir erreichen? Weiß jede Mitarbeiterin, jeder Mitarbeiter, wo die Reise hingehen soll? Orientieren wir Firmenstrategie, Planungen und Entscheidungen stets an unseren Zielen?
2. **Werte:** Welche sSpielregeln% also welche Werte und Maßstäbe, welche Firmenphilosophie, welche ethischen und moralischen Grundsätze, bestimmen das Denken und Handeln in unserem Betrieb? Gibt es schriftlich formulierte Leitlinien als Orientierung und Anhaltspunkte für verantwortungsvolles Verhalten?
3. **Kernkompetenz:** Worin besteht unsere Kernkompetenz? Was können wir besonders gut, besser als unsere Mitbewerber? Welchen speziellen Nutzen bieten wir welchen Menschen damit?
4. **Positionierung:** Wie haben wir die Zielgruppe unseres Unternehmens definiert? Orientieren wir unser Angebot, unser Marketing und andere Aktivitäten am Nutzen für diese Zielgruppe? Wie ist unsere aktuelle Stellung am Markt? Sind wir klar erkennbar und eindeutig unterscheidbar positioniert? Wofür steht unser Unternehmen? Welches Bild vermitteln wir in der Öffentlichkeit? Fallen wir positiv auf? Wie steht es derzeit mit Bekanntheitsgrad und gutem Ruf unserer Firma? Nutzen wir die digitalen Möglichkeiten, um Kunden und Interessenten vielfältige sTouchpoints% zu bieten, an denen Sie mit uns in Kontakt kommen?

5. **Kundenorientierung:** Kennen wir die Wünsche und Vorstellungen unserer Kunden? Welche (besonderen) Antworten und Angebote haben wir für die aktuellen Bedürfnisse und Probleme unserer Zielgruppe? Haben wir unser Ohr stets ganz nah am Markt? Richten wir all unsere Überlegungen und Aktivitäten am Markt, sprich Kunden aus? Welche Defizite erkenne ich? Wie können wir unseren Kunden noch mehr Nutzen bieten, wie können wir sie noch mehr begeistern, noch mehr zu „Freunden des Hauses“ machen?
6. **Mitarbeiterinnen/Mitarbeiter:** Welchen Stellenwert haben die Menschen in unserem Unternehmen? Stimmen Struktur und Aufgabenverteilung im Team? Kann sich jeder Einzelne gemäß seiner individuellen Stärken optimal einbringen und entfalten? Ist jeder für seine Aufgabe bestens qualifiziert? Passen Stimmung, Motivation, Arbeitsfreude und Arbeitsleistung? Ist jeder motiviert, Bestleistungen zu erbringen? Wer sind die besonderen Leistungsträger? Welche Chancen oder Notwendigkeiten ergeben sich im Bereich Mitarbeiterführung, -förderung und -entwicklung?
7. **Führung:** Welchen Führungsstil pflegen wir bei uns im Betrieb? Geben wir unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Möglichkeit, aktiv an Zielplanung und Weiterentwicklung ihrer Firma mitzuwirken? Wie gehen wir mit Lob und Anerkennung um? Konzentriere ich mich wirklich auf meine zentralen Führungsaufgaben (= Strategie, Planung, Steuerung)? Bin ich mir stets meiner Vorbildfunktion als Führungskraft bewusst? Haben wir klare Vertretungsregelungen für alle Führungsfunktionen organisiert?
8. **Organisation/Prozesse:** Sind die Aufgaben und Abläufe in unserem Unternehmen klar definiert und schriftlich dokumentiert? Welche Schwächen und Probleme erkenne ich bei Organisation und Arbeitsabläufen? Und welche Stärken? Welche Optimierungsmöglichkeiten sehe ich bei Kommunikation und Zusammenwirken im Team? Wie können wir unsere Abläufe noch effizienter, noch schneller, noch flexibler, noch kostengünstiger gestalten
9. **Produkte:** Ist unser Angebot in jeder Hinsicht auf die Bedürfnisse des Marktes und unserer Kunden ausgerichtet? Ist es in jeder Hinsicht wettbewerbsfähig? Welche Stärken zeichnen es aus? Welche Schwächen/Mängel hat es? Welche Verbesserungsmöglichkeiten erkenne ich, welche Änderungen sind gegebenenfalls notwendig? Wodurch heben wir uns deutlich und positiv vom Angebot unserer Mitbewerber ab? Wo haben wir Nachteile oder Nachholbedarf? Konzentrieren wir unsere Energie im Marketing mit effektiven Maßnahmen auf die richtige Zielgruppe?
10. **Finanzen/Controlling:** Haben wir eine aussagefähige kurz- und mittelfristige Finanzplanung (Betriebsergebnis, Cashflow, Liquidität, Bilanz)? Behalten wir unsere geplanten Zahlen durch ein regelmäßiges, zeitnahes Reporting und Controlling im Auge? Liegen wir im Rahmen unserer Finanzplanung? Wie entwickeln

sich Einnahmen und Kosten? Welche Investitionen/Ausgaben stehen an? Welche Möglichkeiten sehe ich für zusätzliche Einnahmen oder für eine Kostenreduzierung?

Sehen Sie diese Fragen bitte nur als Anregung. Überlegen Sie, welche weiteren Analysepunkte für Ihr Unternehmen und Ihre Situation wichtig sind.

Kontinuierlicher Analyse- und Verbesserungsprozess

Und verstehen Sie diese Analyse nicht als Einmal-Aktion, sondern als kontinuierlichen Prozess. Legen Sie sich pro Frage eine eigene Ideensammlung an, die Sie in Abständen immer mal wieder (monatlich oder zumindest halbjährlich) auswerten. Listen Sie dabei nicht nur die Fakten auf, sondern machen Sie sich vor allem bei den Mängeln und Misserfolgen bewusst, welche Ursachen dazu geführt haben und was passieren könnte, wenn sich an diesen Punkten nichts ändert.

Gehen Sie Ihre Baustellen systematisch an

Egal, ob Sie einzelne Punkte bearbeitet haben oder die gesamte Checkliste: Diese Analyse wird bei Ihnen eine vielfältige Fülle von Überlegungen und Gedanken auslösen. Alles auf einmal anzugehen, ist unmöglich. Gewichten Sie deshalb die für Sie wesentlichen Aspekte, vor allem die Mängelpunkte, die Sie abstellen wollen oder müssen. Planen Sie, wie Sie dies am besten schaffen. Und gehen Sie dann systematisch eines nach dem anderen an:

- Was sind Ihre aktuellen Baustellen und Krisenherde, an denen Sie unbedingt in nächster Zeit aktiv werden müssen?
- Wo verspüren Sie derzeit den größten, dringendsten Handlungsbedarf?
- Was werden Sie wann tun?

Zum Autor:



Volkmar Helfrecht ist Vorstand der HelfRecht Unternehmerische Planungsmethoden AG, Bad Alexandersbad (www.helfrecht.de). Wenn Sie mehr über das Planungs- und Managementsystem von HelfRecht erfahren wollen oder wenn Sie wissen wollen, wie Sie vom HelfRecht-System (Führungskompetenz, Selbstorganisation, Ziel- und Zeitmanagement, Unternehmensführung) profitieren können, erreichen Sie

Volkmar Helfrecht unter E-Mail v.helfrecht@helfrecht.de oder per Telefon unter 09232/6010.

Buchtipp zum Thema:



Werner Bayer/Christoph Beck: **Strategie und Planung. 28 Erfolgsbausteine für eine zukunftsorientierte Unternehmensführung.** 192 Seiten, Hardcover, 39,90 Euro, direkt bei HelfRecht erhältlich.

→ [Inhaltsverzeichnis und Leseproben](#)

Trainingstipp zum Thema:

Wenn Sie sich intensiver mit der strategischen (Neu-)Ausrichtung Ihres Unternehmens beschäftigen möchten, empfehlen wir Ihnen unsere **Planungstage für Unternehmensführung.**

Wir sind gerne telefonisch für Sie da ([+49 9232 6010](tel:+4992326010)). Oder schicken Sie uns eine **E-Mail.**

© HelfRecht-Unternehmerzentrum, Bad Alexandersbad