

# NEWSLINE

## ERGEBNISTURBO ODER -SCHNECKE?

Zeit für eine Bestandsaufnahme!

**D**as Jahresende ist schon in Sicht und da bietet sich eine Zwischenbilanz für jedes Unternehmen an. Jene geht in der Regel mit einer Analyse einher und gleichzeitig mit einer Fragestellung, die zum Beispiel so lauten könnte:

„Wie erfolgreich ist unser Unternehmen bisher?“ oder „Sind wir in den Zielvorgaben, die wir uns für dieses Jahr gemeinsam gesteckt haben?“

Jetzt im Herbst ist der Moment, sich Zeit zu nehmen für eine Bestandsaufnahme. Warum? Weil Sie jetzt noch die Chance haben, eine spürbare Ergebnisveränderung in Ihrem Unternehmen einzuleiten und damit Dinge in eine andere Richtung zu lenken. Außerdem steht bereits das Strategiemeeting mit der Planung für das kommende Jahr vor der Tür. Mein Tipp: Lernen Sie aus diesem Jahr und planen Sie frühzeitig die notwendigen Veränderungen für 2017.

Sofern ein konkretes Problem im Unternehmen auftaucht oder gesteckte Ziele nicht erreicht werden, empfiehlt es sich, am Ergebnis anzusetzen und Schritt für Schritt eine Ebene tiefer zu gehen, um schließlich zum tatsächlichen Knackpunkt vorzudringen. Es gilt hier, den Kernfragen nachzugehen: Woran wird ein spezifischer Erfolg gemessen?



Wo zeigen sich welche Probleme? Wo sind die Hebel für Ergebniswirksamkeit? In manchen Fällen müssen einzelne Sachverhalte genauer überprüft werden. Kennzahlen können dabei helfen, indem sie Zusammenhänge aufdecken, jedoch reichen sie oft nicht aus, um die tatsächlichen Ursachen an die Oberfläche zu bringen. Stellen Sie anhand der Kennzahlen konkrete Hypothesen auf und überprüfen Sie diese dann.

Die vorliegende Newsline beschäftigt sich genau mit diesen Themen und möchte Ihnen ganzheitliche Lösungsansätze anbieten. Ich wünsche Ihnen viele Impulse und natürlich wie immer auch viel Spaß bei der Lektüre.

Ihre Jennifer Reckow

### FINDEN SIE DIE STELLSCHRAUBEN!

Wie Sie Ihr Jahresergebnis noch beeinflussen können. **Seite 2**

### PROCESSLINE ERFOLGSSTORY.

Change Prozess mit Umsatz- und Ertragssteigerung. **Seite 3**

### TURBOSCHNELL, SUPER GUT.

Innerhalb von zwei Wochen decken wir für Sie Potenziale auf. **Seite 3**

# FINDEN SIE DIE STELLSCHRAUBEN!

Welche Möglichkeiten gibt es jetzt noch, das Jahresergebnis zu verbessern?

**D**ie Schlüssel-Kennzahlen in Ihrem Unternehmen verdeutlichen Ihnen sehr schnell, ob der gesetzte Zielkorridor für dieses Jahr erreicht wird. Sie geben jedoch selten einen direkten Hinweis auf die Ursachen, wenn dem nicht so ist.

Natürlich spielen viele Faktoren in die Erreichung der gesetzten Ziele hinein. Falls Sie jetzt feststellen, dass Sie sich außerhalb des Zielkorridors bewegen, dann ist es in einem ersten Schritt notwendig, Ihre Zielvorgaben nochmals zu hinterfragen. Welches Ziel ist es tatsächlich, das es gilt zu erreichen? Denn hier gibt es unendlich viele unterschiedliche Möglichkeiten, die oftmals abhängig sind von der Inhaberstruktur und den Rahmenbedingungen:

Zu den klassischen Zielvorgaben zählen die Steigerung des Auftragsvolumens, Anschaltquoten, Ergebnis, Gewinn, Umsatz, etc. Die Festlegung solcher Ziele ist ein wichtiges Instrument der strategischen Unternehmensführung. In den letzten Jahren haben allerdings auch weiche Unternehmensziele an Bedeutung gewonnen wie zum Beispiel ökologische und soziale.

Damit ein Unternehmensziel tatsächlich noch kurzfristig erreicht werden kann, muss ein sorgfältiger Prozess der Zieldefinition durchgeführt werden, in dem das Ziel so genau wie möglich beschrieben wird. Dabei sollten sowohl die inhaltlichen Zielvorgaben möglichst konkret festgelegt werden, als auch eine zeitliche Dimension zur Umsetzung bestimmt werden. Je konkreter das notwendige Ziel benannt werden kann, umso klarer werden die notwendigen Maßnahmen, mit denen noch eingegriffen werden kann. Wir empfehlen dem



Management an dieser Stelle gerne einen Tag außerhalb des Tagesgeschehens, an dem genau dieses erarbeitet wird und am Ende die nächsten, kurzfristigen Schritte abgestimmt werden.

Um den Hebel zu finden, mit dem wirksam noch Einfluss auf das Ergebnis genommen werden kann, ist es notwendig die Faktoren, die das Ziel beeinflussen, transparent zu machen und Schritt für Schritt tiefer in die operative Ebene zu schauen.

## **Kennzahlen versus KPI**

Dieser tiefere Blick in die operative Ebene erfolgt durch eine

Analyse der operativen und prozessualen Kennzahlen, sowie durch Interviews mit ausgewählten Mitarbeitern, die maßgeblich in der Umsetzung beteiligt sind. Im Rahmen dieser Analyse kristallisiert sich dann mindestens ein Ablauf heraus, in dem es hakt. Dieser wird durch eine unbeteiligte Person begleitet, um auch hier einen tieferen Einblick zu erhalten.

Für einen kurzfristigen Erfolg empfiehlt es sich, die vorhandenen Potenziale der eigenen Organisation zu finden und aufleben zu lassen. Beteiligen Sie aktiv die Mitarbeiter an der Zielerreichung.

All diese Maßnahmen bringen Ideen und Optimierungspotenziale zu Tage. Es gilt nun, diese in ihrer Wirksamkeit und dem Kosten/Nutzen-Potenzial zu bewerten. Diese Analyse dient als Grundlage zur Erstellung eines Maßnahmenkatalogs, mit dem kurzfristige Ziele verändert werden können. Weiterhin ist der Katalog eine sehr gute Entscheidungsgrundlage für Ihre strategische Planung, die für das kommende Jahr nun ansteht. Denn so können Sie die Ergebnisse Ihrer Analyse in Ihren Überlegungen und Maßnahmen einfließen lassen, um im nächsten Herbst zufriedener mit den Prognosen zu sein. ■

# PROCESSLINE ERFOLGSSTORY.

Change Prozess mit Umsatz- und Ertragssteigerung in einem dynamischen Wettbewerbsumfeld.

**F**ür das Produktionsteam einer unserer Kunden haben wir den Change Prozess innerhalb von sechs Wochen vorangetrieben und so seinen Rückstand massiv reduziert.

Dadurch wurde das Jahresergebnis in kürzester Zeit spürbar positiv beeinflusst und die Voraussetzungen geschaffen, um im neuen Jahr mit einem neuen Geschäftsfeld in einer neuen Region stabil zu starten.



## Ausgangslage

Die Neuausrichtung der Unternehmensstrategie in einem speziellen Marktsegment steigerte den Auftragseingang im wettbewerbsintensiven Umfeld, jedoch ging die Auftragsrealisierung spürbar zurück.

Das Ziel, in dem Marktsegment führend zu sein, um den Marktanteil zu erhöhen und darüber hinaus ein Umsatz- und Ertragswachstum zu generieren, schien gefährdet.

## Zielsetzung

Die gemeinsam mit dem Kunden definierte Task Force erhielt folgende kurz- und mittelfristige Aufgabenstellungen:

- / Abbau des Rückstandes
- / Optimierung der Prozessabläufe

## Vorgehensweise und Maßnahmen

- / Operative Verfolgung der Auftragsabwicklung

- / Hinterfragen der Tätigkeiten
- / Engpässe aufdecken
- / Auflösung der Engpässe initiieren und begleiten

## Ergebnisse

- / Spürbare Steigerung der wöchentlichen Auftragsrealisierung
- / Abbau des Rückstandes
- / Vorbereitung der Organisation auf den erwarteten Neukundenansturm
- / Steigerung der Mitarbeitermotivation

- / Die Weichen für den stabilen Ausbau der Geschäftsmodells wurden erfolgreich gestellt

Im darauffolgenden Jahr erweiterte das Unternehmen seine Tätigkeit sowohl geografisch als auch in einem neuen Segment und konnte so seine Geschäftstätigkeit stabil ausbauen. ■

# TURBOSCHNELL, SUPER GUT.

Die processline-Analyse deckt Potenziale Ihres Unternehmens auf.

„Wo steht mein Unternehmen heute?“

Antworten darauf und Lösungsansätze hierzu liefert die turboschnelle „processline-Analyse“.

**D**urch unseren Beratungsansatz erlangen Sie kurzfristig einen externen Blick auf die operative Organisation Ihres Unternehmens.

Innerhalb von zwei Wochen liefern wir verwertbare Ergebnisse, decken Potenziale auf und sprechen Handlungsempfehlungen aus, die sich schnell und unmittelbar in Ihrem Unternehmen umsetzen lassen.

Und das führt Sie effizient auf die Zielgerade Ihrer Jahresstrategie.

Klingt vielversprechend? Ist es auch!

Fordern Sie ein Angebot bei uns an unter

[contact@processline.de](mailto:contact@processline.de)

und lassen Sie sich von processline schnell, sicher und erfolgreich über die Ziellinie begleiten. ■



# TEAM „BESTE BERATER“!

Wer sind die Beraterinnen und Berater, die uns so erfolgreich gemacht haben?

Auf unserer Facebook-Seite [www.facebook.com/ProcesslineGmbH](http://www.facebook.com/ProcesslineGmbH) finden Sie die Profile unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die dieses Jahr mit der Auszeichnung „Beste Berater 2016“ vom Wirtschaftsmagazin brand eins ausgezeichnet wurden.



## AUSBLICK BRANCHENTERMINE UND VERANSTALTUNGEN.

- 08./09.11.2016 **Herbstsitzung des BDU Fachverbandes Change Management**  
– u. a. Vorstellung des erstellten Leitfadens für Entscheider mit Kriterien für qualifizierte Change Managementberatung, Bonn
- 25.11.2016 **Deutscher Beratertag des BDU zum Thema Digitalisierung – BestPractices in der Führung von Unternehmensberatungen**, Wiesbaden  
Jennifer Reckow spricht zum Thema „Steigender Vertriebsaufwand und produktive Leistungserbringung im Widerspruch“. Weitere Themen sind die Entwicklung der Beratungsbranche, Virtualisierung von Unternehmensberatung und Wandel der Vertriebskanäle für Unternehmensberatungen.  
Mehr Informationen finden Sie unter:  
<http://www.bdu.de/veranstaltungen/deutscher-beratertag-2016>

**Buchtipp:** **Wo ist das Problem?: Design Thinking als neues Management-Paradigma**  
Emmanuel Sauvonnnet und Markus Blatt (Hrsg.)



Produktentwicklung, Business Development, Entwicklung neuer Geschäftsmodelle: Rund die Hälfte aller deutschen Dax-Unternehmen hat das Potenzial von Design Thinking bereits erkannt und setzt die Methode erfolgreich ein. Dieses Handbuch informiert über die Kernelemente und die Anwendung der Methode Design Thinking: Von der akademischen Methodenbeschreibung und deren Anwendung an Universitäten bis zu Einsatzfeldern in der Praxis. Verlag: Books on Demand, ISBN 978-3734745867

## IMPRESSUM

processline GmbH  
Jennifer Reckow  
Wormser Landstraße 261  
67346 Speyer

Tel. +49(0)6232 670 60-0  
[contact@processline.de](mailto:contact@processline.de)  
[www.processline.de](http://www.processline.de)

Verantwortlich gemäß §55 Abs. 2  
RStV: Ulrike Stöckle, Agentur für  
nachhaltige Kommunikation  
Bismarckstraße 19, 76870 Kandel  
Bildnachweise: Titel, Seiten 2/3:  
©fotolia, Seite 3: ©Tom Merton,  
AVENUE IMAGES

Mitglied im  
**BDU**  
Bundesverband Deutscher  
Unternehmensberater e.V.

brand eins Thema  
**B**  
2016  
BESTE  
BERATER