

- **Praxisbeispiele**

- „Die Kunst sich zu kratzen...“
- Umsetzung in das Strategiepapier
- Förderungsmöglichkeiten

Der Unternehmens-Vital-Check

„Mitarbeiteraktivierung“, -sensibilisierung
„Innovationsprojekt“

Matthias Allgeyer

Geb. 15.10.1967 in Karlsruhe

Studium Maschinenbau in Karlsruhe und Bordeaux
Studium Investitionsgüter Design in Stuttgart

1998 – 2009

Produktmanager bei Duravit, Hornberg

Produktmanager bei Axor / Hansgrohe, Schiltach

Seit 2010

Selbstständig als Innovationsberater; www.productpartners.de



productpartners⁺

productpartners⁺

Partner für Innovation, Produkt und Marke
„das + für Ihr internes Know How“

DIN EN ISO 9001:2008 zertifiziert



TÜVRheinland[®]

LGAI

Netzwerk

- *Prof. Dr. Dr. Kurt Nagel, www.systeme-für-erfolg.de, allgemeine Unternehmensberatung*
- *Partner AG, Innovationsberatung, Go Inno des BmWi*
- *Design- und Marketingagenturen,*
- *IHK`s Baden + Württemberg, CCI Strasbourg, Unternehmervverbände WViB etc.*
- *Förderprogramme des ESF, BMWI, und WM des Landes Baden-Württemberg*
- *...*

Kunden (Beispiele):

Illbruck Sanitärtechnik, Dedon Outdoor Möbel, Blanco
Küchenspülen, VR Banken, Zulieferanten in der Kunststofftechnik,
Produzenten in der Bau- und Einrichtungsindustrie etc..

The logo for BLANCO, featuring the word "BLANCO" in a bold, blue, sans-serif font.The logo for DEDON, featuring the word "DEDON" in a bold, yellow, sans-serif font with a registered trademark symbol.The logo for illbruck Sanitärtechnik GmbH, featuring a blue stylized 'i' icon followed by the text "illbruck" in a bold, blue, sans-serif font, with "Sanitärtechnik GmbH" in a smaller, lighter blue font below it.The logo for Volksbanken Raiffeisenbanken, featuring a blue square with a white 'V' and an orange square with a white 'R' to the left of the text "Volksbanken Raiffeisenbanken" in a bold, blue, sans-serif font.

Projekte (Beispiele):

- *Qualifizierungsberatung zur Innovationsfähigkeit der Belegschaft*
- *Sortimentsanalyse und Neustrukturierung*
- *Innovationsprojekt, Definition- und Projektförderung*
- *Innovationsrecherche*
- *Produktentwicklung „Unternehmens-Vital-Check“ Web-basiert, Android App*
- ...



Ute Stubenrauch,
Partner AG



Timo Kruschwitz,
FAZ Institut



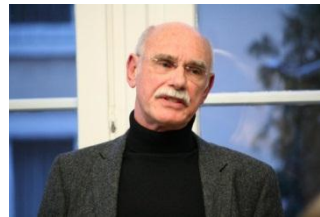
Prof. Dr. Dr. K. Nagel,
Systeme für Erfolg



Matthias Allgeyer
Productpartners+



Günter Septimus
Make Black Forest, SLG



Norbert Trickes,
Trickes Mineralguss AG



Michael Stoz,
Partner AG



Buffet, finger food
Orange Club



Strategie = die Kunst sich zu kratzen bevor es juckt.. (aber wie, und wo?)

vital + check

Analysertools für Ihren unternehmerischen Erfolg!

Unternehmens-Vital-Check,

Produkt-Vital-Check,

Dienstleistungs-Vital-Check,

Informationen unter www.productpartners.de

productpartners⁺

Kurzanalyse, Unternehmens-Vital-Check

Der Unternehmens-Vital-Check ist ein kurzes und prägnantes Analyseinstrument um die Befindlichkeit eines Unternehmers und seines Unternehmens zu prüfen und Handlungsempfehlungen zur Verbesserung individuell zur Verfügung zu stellen.

Mit insgesamt 12 Fragen zu den 4 Bereichen **Persönlichkeit, Strategie, Finanzen und Innovation/Produkt** werden die wesentlichen Inhalte des Unternehmertums behandelt.



Kurzanalyse, Unternehmens-Vital-Check



productpartners⁺
innovation, produkt und markte

Unternehmens-Vital-Check (bitte Antworten auswählen, und Dokument drucken)

Teil 1 : Persönlichkeit

		Stimme zu	neutral	Stimme nicht zu
P 01	Sind Sie mit Ihrer Selbstständigkeit ganzheitlich zufrieden (Arbeitszeit, Freizeit, Freude, Ergebnis?)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P 02	Haben Sie das Gefühl, dass die Organisation des Betriebes zu viel Zeit in Anspruch nimmt?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P 03	Sind Ihre Mitarbeiter in der Rolle von Mitunternehmern?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Teil 2 : Strategie

		Stimme zu	neutral	Stimme nicht zu
S 01	Verfügen Sie über eine klare Vertriebs-Strategie d.h. wissen Sie Neukunden zu gewinnen und Bestandskunden zu halten?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
S 02	Haben Sie wichtige Ziele, die Sie in den nächsten zwei Jahren erreichen wollen, formuliert?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
S 03	Wissen Sie mit welchen Kundengruppen Sie konkret wachsen wollen und was die einzelnen Zielgruppen benötigen?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Teil 3 : Finanzen

		Stimme zu	neutral	Stimme nicht zu
F 01	Sind sie mit dem Betriebsergebnis einverstanden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
F 02	Haben Sie einen Geschäftsplan/ Rentabilitätsvorschau/Liquiditätsplan?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F 03	Wie ist der Kontakt zu Ihrer Hausbank? Werden Sie ausreichend und neutral unterstützt bei Ihren finanziellen Fragen?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Teil 4 : Innovation / Produkt

		Stimme zu	neutral	Stimme nicht zu
I 01	Sind Sie mit Ihren Produkten und Dienstleistungen, die Sie anbieten, zufrieden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
I 02	Suchen Sie regelmäßig und mit System nach neuen Ideen für Produkte und Leistungen die Sie anbieten könnten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
I 03	Verfügen Sie über konkrete Mehrwert-Argumente bei Produkten und Dienstleistungen und kennen Ihre Kunden diesen Nutzen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Fitnessgrad und Bewertung

Fitness grad: Sie haben die folgende Punktzahl erreicht: **5,0**

Bitte beachten Sie unsere folgende Bewertung Ihres Fitnessgrades und fordern Sie Ihre Handlungsempfehlungen an!

Punktzahl 10 - 12 Sehr gute Fitness

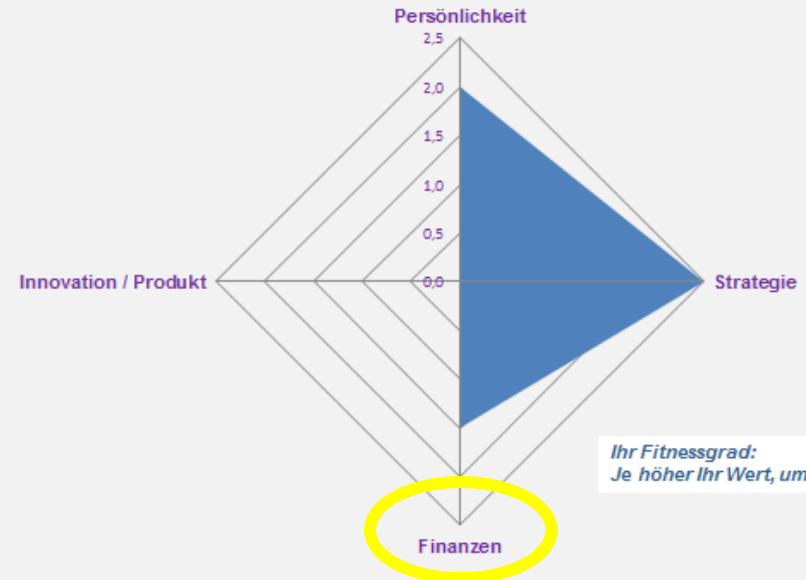
Punktzahl 8 - 9 Gute Fitness

Punktzahl 7 Befriedigende Fitness

Punktzahl 6 Ausreichende Fitness

Punktzahl 5 - 0 Mangelhafte Fitness

Persönlichkeit 2,0 Strategie 2,5 Finanzen 1,5 Innovation / Produkt 0,0



*Ihr Fitnessgrad:
Je höher Ihr Wert, umso besser!!*

Kurzanalyse, Unternehmens-Vital-Check

7c.) Sie sind orientiert
Wir empfehlen

Orientieren Sie sich an Kennzahlen und Benchmarks
Thesen:

Thesen:

- Kennzahlen zeigen Ihnen auf rasche Weise, wo Sie stehen und welche Herausforderungen es zu meistern gilt.
- Während im gesamtbetrieblichen Bereich Kennzahlen verstärkt Anwendung finden, gibt es für einzelne Bereiche und Abteilungen kaum Benchmarks.

Empfehlungen:

1. Etablieren Sie ein ganzheitliches System von Kennzahlen.
2. Sorgen Sie dafür, dass diese Werte den Entscheidungsträgern bekannt sind.
3. Versuchen Sie Kenngrößen und Benchmarks auf Bereichsebene, Abteilungsebene und Teamebene einzuführen.

Nutzen Sie das System der Erfolgsfaktoren

Thesen:

- In Zahlen wenig und in Worten viel
- Die Branchen-Erfolgsfaktoren zu kennen und daraus eine Positionsbestimmung für den Wettbewerb abzuleiten, ist eine wichtige Aufgabe des Managements.
- Die unternehmensspezifischen Erfolgsfaktoren zu kennen und systematisch an einer Verbesserung zu arbeiten erzwingt Erfolg.
- Das System der Erfolgsfaktoren impliziert das Herunterbrechen der Erfolgsfaktoren auf
 - a) Bereichs-Ebene
 - b) Abteilungs-Ebene
 - c) Team-Ebene
 - d) Persönlichkeits-Ebene.

Empfehlungen:

1. Bestimmen Sie auf Radar-Charts die Ausprägung der generellen Erfolgsfaktoren und legen Sie Maßnahmen zu Verbesserung fest.
2. Ermitteln Sie die Branchen-Erfolgsfaktoren und fragen Sie sich, wo Ihr Haus Stärken und Schwächen hat.
3. Erarbeiten Sie gemeinsam die unternehmensspezifischen Erfolgsfaktoren, überprüfen Sie den Handlungsbedarf und leiten Sie die möglichen Maßnahmen ein.
4. Brechen Sie das System der Erfolgsfaktoren auf Bereichs-, Abteilungs- und Team-Ebene herunter.

Kurzanalyse, Unternehmens-Vital-Check



productpartners[®]
innovation, produkt und markte

Unternehmens-Vital-Check (bitte Antworten auswählen, und Dokument drucken)

Teil 1 : Persönlichkeit

		Stimme zu	neutral	Stimme nicht zu
P 01	Sind Sie mit Ihrer Selbstständigkeit ganzheitlich zufrieden (Arbeitszeit, Freizeit, Freude, Ergebnis?)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P 02	Haben Sie das Gefühl, dass die Organisation des Betriebes zu viel Zeit in Anspruch nimmt?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P 03	Sind Ihre Mitarbeiter in der Rolle von Mitunternehmern?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Teil 2 : Strategie

		Stimme zu	neutral	Stimme nicht zu
S 01	Verfügen Sie über eine klare Vertriebs-Strategie d.h. wissen Sie Neukunden zu gewinnen und Bestandskunden zu halten?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
S 02	Haben Sie wichtige Ziele, die Sie in den nächsten zwei Jahren erreichen wollen, formuliert?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
S 03	Wissen Sie mit welchen Kundengruppen Sie konkret wachsen wollen und was die einzelnen Zielgruppen benötigen?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Teil 3 : Finanzen

		Stimme zu	neutral	Stimme nicht zu
F 01	Sind sie mit dem Betriebsergebnis einverstanden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
F 02	Haben Sie einen Geschäftsplan/ Rentabilitätsvorschau/Liquiditätsplan?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F 03	Wie ist der Kontakt zu Ihrer Hausbank? Werden Sie ausreichend und neutral unterstützt bei Ihren finanziellen Fragen?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Teil 4 : Innovation / Produkt

		Stimme zu	neutral	Stimme nicht zu
I 01	Sind Sie mit Ihren Produkten und Dienstleistungen, die Sie anbieten, zufrieden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
I 02	Suchen Sie regelmäßig und mit System nach neuen Ideen für Produkte und Leistungen die Sie anbieten könnten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
I 03	Verfügen Sie über konkrete Mehrwert-Argumente bei Produkten und Dienstleistungen und kennen Ihre Kunden diesen Nutzen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Fitnessgrad und Bewertung

Fitness grad: Sie haben die folgende Punktzahl erreicht: **5,0**

Bitte beachten Sie unsere folgende Bewertung Ihres Fitnessgrades und fordern Sie Ihre Handlungsempfehlungen an!

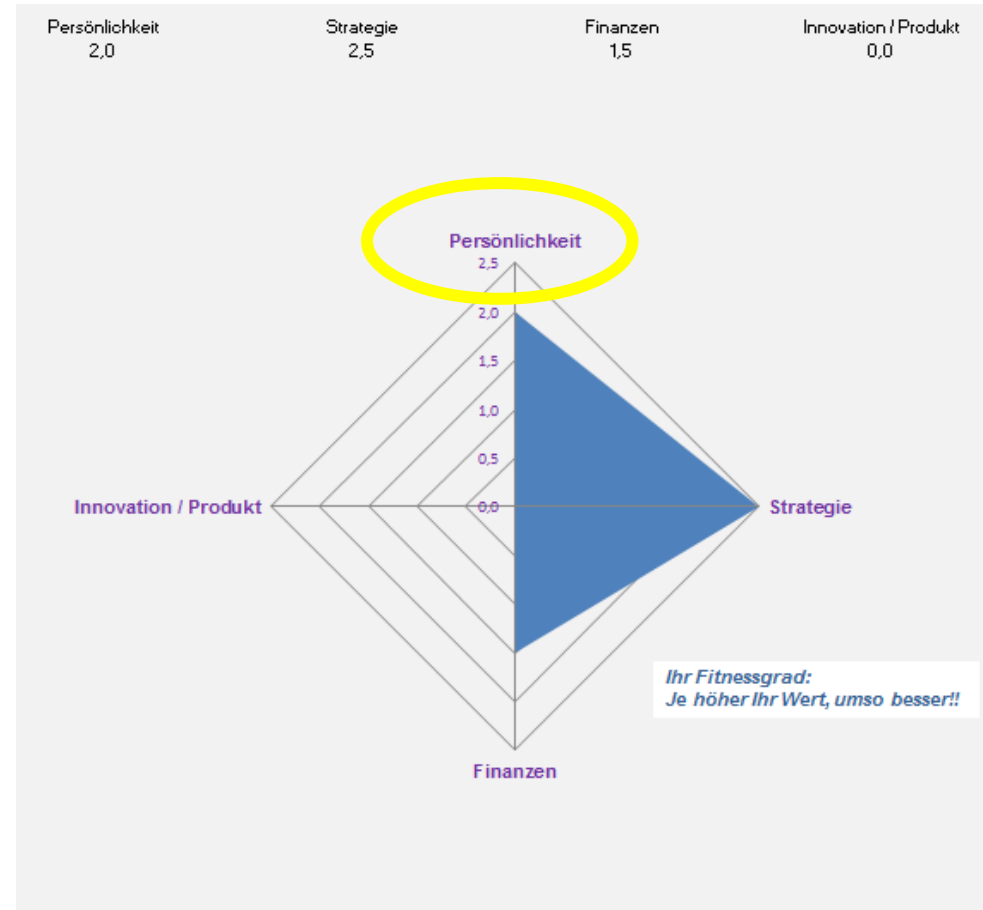
Punktzahl 10 - 12 Sehr gute Fitness

Punktzahl 8 - 9 Gute Fitness

Punktzahl 7 Befriedigende Fitness

Punktzahl 6 Ausreichende Fitness

Punktzahl 5 - 0 Mangelhafte Fitness



Kurzanalyse, Unternehmens-Vital-Check

3c.) Sie bringen zum Ausdruck die Rolle von Mitunternehmern Handlungsbedarf gegeben ist. Unser Vorschlag ist, dass Sie die Thesen Schritte überlegen und, wenn Sie auch umsetzen:

Schritt 1: Vortrag zum Thema „Die neue Rolle der Mitarbeiter“

Ziel: Aufzeigen der neuen Aufgaben von Chefs und Mitarbeitern
Dauer: ca. 2. Stunden

Schritt 2: Durchführung eines Workshops mit allen Firmenangehörigen zum Thema „Mitunternehmertum“
Ziel: Erarbeiten von Vorschlägen zum praktizierten Mitunternehmertum

Schritt 3: Vertiefung und Umsetzung der wesentlichen Vorschläge
Ziel: Erarbeiten von konkreten Empfehlungen zu Einzel-Aktivitäten (z.B. Gewinnen von Aufträgen, Kostensenkungsmaßnahmen, Kundenbehandlung)
Dauer: ca. 4 Stunden

Schritt 4: Gelebtes Mitunternehmertum
Ziel: Sammeln von Erfahrungen
Dauer: Im Abstand von 2-3 Stunden auf den Punkt gebracht

Machen Sie aus Mitarbeitern Mitunternehmer

Thesen:

- Mitunternehmertum verlangt neue Kompetenzen, d.h. neben die fachliche, soziale und methodische Kompetenz in den Vordergrund.
- Künftig wird jeder Arbeitsplatz als ein Unternehmen zu sehen sein.
- Mitarbeiter müssen verstärkt die Frage beantworten: „Wie würde ich handeln, wenn es mein Unternehmen wäre?“

Empfehlungen:

1. Versuchen Sie ein Klima des Mitunternehmertums zu schaffen und wo die derzeitige Lage des Unternehmens steht und wo die derzeitige Lage des Unternehmens steht.
2. Zeigen Sie durch unterschiedliche Beispiele, wie ein Unternehmen zu sehen sein sollte.
3. Veröffentlichen Sie bis zum 10. August die Ergebnisse der Workshops.
4. Führen Sie flexible Entgeltsysteme ein, die das Betriebsergebnis widerspiegeln.
5. Operieren Sie verstärkt mit Profit.
6. Achten Sie darauf, dass jedes Projekt und jeder Auftrag möglichst mit einem positiven Ergebnis abschließt.

Bitte gehen Sie zurück zu Ihrer individuellen Antwortauswahl und rufen Sie die nächste Handlungsempfehlung auf!

Schritt 1: Vortrag zum Thema „Die neue Rolle der Führungskraft und Mitarbeiter“

Ziel: Aufzeigen der neuen Aufgaben von Chefs und Mitarbeitern
Dauer: ca. 2. Stunden

Schritt 2: Durchführung eines Workshops mit allen Firmenangehörigen zum Thema „Mitunternehmertum“

Ziel: Erarbeiten von Vorschlägen zum praktizierten Mitunternehmertum

Schritt 3: Vertiefung und Umsetzung der wesentlichen Vorschläge

Ziel: Erarbeiten von konkreten Empfehlungen zu Einzel-Aktivitäten (z.B. Gewinnen von Aufträgen, Kostensenkungsmaßnahmen, Kundenbehandlung)
Dauer: ca. 4 Stunden

Thesen:

- Mitunternehmertum verlangt neue Kompetenzen, d.h. neben die fachliche, soziale und methodische Kompetenz tritt mehr und mehr die unternehmerische Kompetenz in den Vordergrund.
- Künftig wird jeder Arbeitsplatz als ein Unternehmen zu sehen sein.
- Mitarbeiter müssen verstärkt die Frage beantworten: „Wie würde ich handeln, wenn es mein Unternehmen wäre?“

Kurzanalyse, Unternehmens-Vital-Check

10.c.) Sie geben an, dass Sie mit den von Ihnen angebotenen Produkten und Dienstleistungen nicht zufrieden sind.

Die Gründe hierfür können vielfältig sein. Zunächst gilt es die Ursachen hierfür zu erforschen und anschließend Maßnahmen zur Verbesserung in die Wege zu leiten.

Zur Ursachen-Analyse können

Bitte beantworten Sie die Frage (-2 sehr negativ, +2 sehr positiv)

- 1. Ist Ihr Preisgefüge marktüblich?
- 2. Verfügen Sie über Mehrwert, den Kunden gut sind?
- 3. Wie gut ist die Flexibilität Ihres Hauses?
- 4. Sind Sie und die Kunden mit der angebotenen Qualität zufrieden?
- 5. Erfassen Sie bei der Auftragserteilung möglichst genau, was dem Kunden wichtig ist?
- 6. Halten Sie zugesagte Termine ein?
- 7. Sind die Kunden mit der Freundlichkeit und Kundenbetreuung durch Sie und Ihre Mitarbeiter zufrieden?
- 8. Stimmt die fachliche Kompetenz der Beteiligten?

- 2. Verfügen Sie über Mehrwertargumente, die aus Sicht der Kunden gut sind?
- 3. Wie gut ist die Flexibilität Ihres Hauses?
- 4. Sind Sie und die Kunden mit der angebotenen Qualität zufrieden?
- 5. Erfassen Sie bei der Auftragserteilung möglichst genau, was dem Kunden wichtig ist?
- 6. Halten Sie zugesagte Termine bei der Leistungserbringung ein?
- 7. Sind die Kunden mit der Freundlichkeit und Kundenbetreuung durch Sie und Ihre Mitarbeiter zufrieden?
- 8. Stimmt die fachliche Kompetenz der Beteiligten?

- 9. Wie zufrieden sind Sie mit dem Marketing Konzept und den Vertriebs-Aktivitäten Ihres Hauses?
- 10. Wie bewerten Sie insgesamt die betriebswirtschaftlichen Ergebnisse?

Bitte gehen Sie zurück zu Ihrer individuellen Antwortauswahl und rufen Sie die nächste Handlungsempfehlung auf!

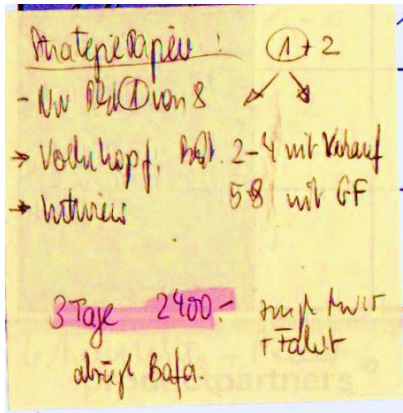
4.1 Kundenanalyse

ca Angaben wo nur jedes 2 Teilgruppen nicht gemacht!
 Hr. Allgeyer

Kriterien Zielgruppen	Umsatzanteil		Gewinnanteil		Wichtigkeit für uns	Entscheidungskriterien des Kunden	Risiken für uns	Maßnahmen
	heute	morgen	heute	morgen				
1. gewöhnliche Kunden	30	35	30	30	sehr wichtig mäßiger Gewinn, aber Stückzahlen	Preis flächendeckende Versorgung verbundene Dienstleistungen	stark-mittel durch hohe Umsätze - Konzentration	ausbauen
			60	60	sehr wichtig guter Gewinn	Service u. verbund. Dienstleistungen	gering	ausbauen
			8	3	stark-mittel hoher Umsatz, Aufwand	ausschl. Preis	immer Ausdrückung hoher Umsatz - Aufwand	halten, nicht extra forcieren
			2	7	zunehmend wichtig hohe Marge	Service Auswahl Idee (Trend)	sehr hoher Beratungsbedarf	dringend ausbauen

Strategiepapier: ①+2
 - NW Kund 8
 → Vollkopf, Maß. 2-4 mit Verkauf
 → Interview 58 mit GF
 3 Tage 2400,- hoch mit
 abrupf Bafa. Falt

Strategie Erarbeitung

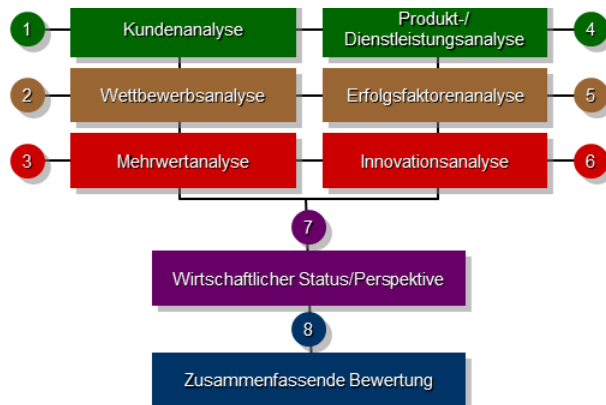


„Nur“ 1 von 8 Bausteinen konnten sicher beantwortet werden

> Prozess zur Strategie Erarbeitung

Anforderung: Mitarbeiter mit einbeziehen!

> Mitarbeiter „aktivieren“, mit den Unternehmenszielen vertraut machen, für Fragestellungen sensibilisieren



Projekt 1: Personalentwicklungsmassnahme

„Aktivieren und Einbeziehen der Mitarbeiter“
Bearbeitet die Punkte 1 – 4 des Strategiepapieres

Projekt 2: Innovationsprojekt

Bietet Lösungen für die Punkte 5 – 8 , insbesondere Erfolgsfaktorenanalyse, Innovationsanalyse, Wirtschaftl Status etc..

Projekt 1: Personalentwicklungsmassnahme



Volksbank Ettlingen

Dracaena surculosa

Gesundheit durch Pflanzen

Andreas Müller investiert in seine Mitarbeiter



EDITORIAL

Wir stellen ausserhalb
persönliche Projekte und
Ihre Leser.



zum Thema: abgeben in
Wieder die auf den Fall
dieser Ausgabe. Hier
gen - als Umsetzung
ENTWICKELUNG auf die
Kerns. zum Thema ist
den in. Realis von 1
erfolgreich. abzugeben
mit sind die angestre
haben. Wie geht es
...die Spannung betri
Handel.

Dr. Andreas Müller

Im Unternehmen Andreas Müller Hydrokulturen GmbH ist alles Handarbeit. Unsere Mitarbeiter gestalten tagtäglich aufwendige Grün-Installationen. Auch die Pflanzenpflege beim Kunden erfordert sehr viel Arbeitseinsatz, Vorplanung und Sachverstand.

Um unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter neue Entwicklungsmöglichkeiten zu bieten in ihrer täglichen Arbeit, und auch die Arbeitsabläufe zu optimieren, haben wir ein umfangreiches Mitarbeiter-Trainingsprogramm „TOP2015“ gestartet.

Hier arbeiten wir mit einem hoch spezialisierten Beratungsunternehmen zusammen, das zertifiziert ist für ein Qualitätsmanagementsystem nach DIN EN ISO 9001:2008. Das Qualitätsmanagement-Programm wird nach Erfüllen von strengen Richtlinien gefördert durch das Wirtschaftsministerium und



die Landeskreditbank Baden-Württemberg. In intensiven Workshops werden Veränderungen geplant und Ziele erreicht, die den einzelnen Mitarbeiter stärken. Durch einen regelmäßigen Gedankenaustausch werden Themen immer wieder erarbeitet und vertieft. Neben einer Stärkung des Fachwissens sind Qualitätsstandards, Innovationskraft und ganzheitliches, kundenorientiertes Denken die Ziele des Trainingsprogramms „TOP2015“.

„TOP2015“ ist für uns der Aufbruch in eine neue Dimension. Aus unserem erfolgreichen Unternehmen, das sich gezielt die Innenraumbegrünung von Firmenkunden zur Aufgabe gemacht hat, wird ein Spezialist geformt, der einmalige Lösungen und Individualität durch Produkte mit Alleinstellungsmerkmal bietet.

Personalentwicklung, aktivieren der Mitarbeiter als Schlüssel zur Innovationsfähigkeit und Zukunftsfähigkeit bei der Andreas Müller GmbH, Karlsruhe

Zur Überwindung der Innovationsbarrieren in Unternehmen, Sensibilisierung für ein Wachstumsprogramm „TOP 2015“

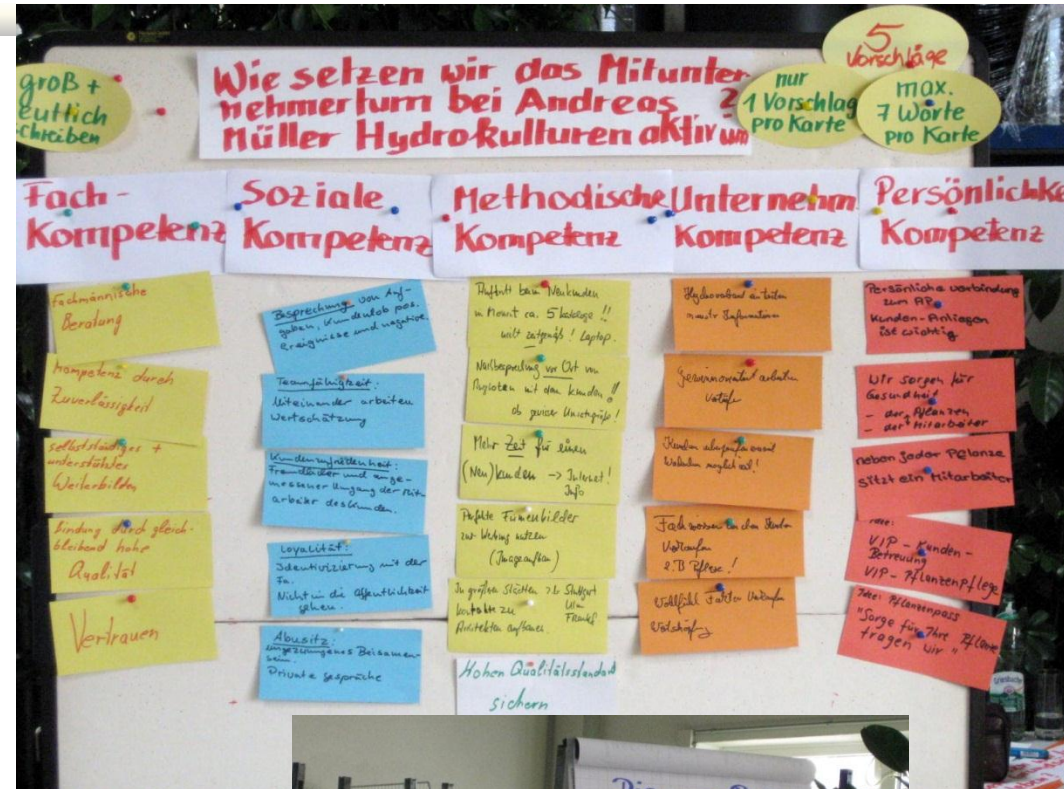
Projekt 1: Personalentwicklungsmassnahme

Aktivieren der Mitarbeiter

Vortrag und Workshop zum Thema „Mitarbeiter als Mitunternehmer“ die 5 K's (Kompetenzen)

Themensammlung zur Umsetzung in den kommenden Monaten im Rahmen einer Weiterbildungs-Konzeption

Strategische Problemlösungen..!



Projekt 1: Personalentwicklungsmassnahme



productpartners^o
innovation, produkt und marke

A. Müller Hydrokulturen GmbH

Coaching Interviews, Aufgaben für Mitarbeiter

Bitte bis zum angegebenen Datum die Aufgaben ausführen

Mitarbeiter	Aufgabe		
Michaela Diebel	Verkaufstätigkeiten aufstellen und strukturieren		
Elena Seyffarth	5. Schulungsthemen sammeln		
	Beispiele f. 5 gute und schlechte Pflanzenstandorte sammeln		
Bianca Mattem	Wie ist der Aufbau einer guten Schulung zum Thema Pflanzenpflege?		
	Stichwortsammlung zur Pflanzenpflege		
Mädi Ipsen	Stichworte zur Pflanzenpflege, Aufwändig / Schnell		
	Wie können diese Stichworte geschult werden?		
Bernd Wasser	Anforderungen für Drinnen/Draussen -Pflanzen und -Gefässe aufstellen		
	Architektenansprache vorbereiten; Themen, Inhalte, Vorgehen		
	Referenzen sortieren mit AM	15.06	AM
Gerhard Becker	Schulung f. Pflegepersonal zusammenstellen, Grundlage für Verkauf	30.07	AM
	Pflanzenliste möglicher Neuheiten aktualisieren und mit Argumenten versehen f. H. Wasser	30.06	AM
Michael Knebel	Pflegeanleitung weiter bearbeiten	15.06	AM
	Material sammeln für Produktschulung	15.06	AM
Elsa Herr	Angebotsblatt ergänzen, schriftlich fixieren und mit Verkauf absprechen	15.06	AM
Klaus Sörensen	Wasserstelle planen und umsetzen für das Kies Waschen	30.06	MK

Michaela Diebel	Verkaufstätigkeiten aufstellen und strukturieren	27.05	AM
Elena Seyffarth	5. Schulungsthemen sammeln	27.05	GB
	Beispiele f. 5 gute und schlechte Pflanzenstandorte sammeln	27.05	GB
Bianca Mattem	Wie ist der Aufbau einer guten Schulung zum Thema Pflanzenpflege?	27.05	GB
	Stichwortsammlung zur Pflanzenpflege	27.05	GB
Mädi Ipsen	Stichworte zur Pflanzenpflege, Aufwändig / Schnell	27.05	GB
	Wie können diese Stichworte geschult werden?	27.05	GB
Bernd Wasser	Anforderungen für	15.06	AM

Innovationsideen:

„Prozessinnovation“

„Zielgruppenorientierte Problemlösungen“:

z. B. Premium- + Standardleistungen

z. B. „Pro Aktive“ Serviceleistung

Projekt 1: Personalentwicklungsmassnahme



prodi
innovativ

ToDo Liste, Sonderprojekte

Mitarbeiter

Mädi Ibsen + Andre:

Aufgaben:

- Die Premiumpflege umsetzen
- Leistungsangebot in Standard und Premiumleistung (Premium=Standard + X)
- Premium möglichst auf Flexibilität (Abends, Woche (Jahreszeiten, Themen, etc...)) aufbauen
- Ziel ist, 2 Leistungen anzubieten und als Alleinstellung (Müller) zu vermarkten
- Ziel ist, die Preisdiskussion über Leistungen zu führen Preisdruck neue Argumente entgegenzustellen
- Ziel ist, das Konzept bis Anrang 2012 fertig zu stellen Bestandskunden aktiv anzubieten (Preisblatt, Anschre



productpartners⁺
innovation, produkt und marke

ToDo Liste, Sonderprojekte

Mitarbeiter

Elena Seyffarth

Aufgaben:

- Bestandsaufnahme aller Pflanzstellen
- Ermitteln von Pflanzenalter, -zustand, Pflanzgefäss Alter und Zustand
- In die Pflage Touren einteilen lassen (GB)
- Ziel ist, bis zum Jahreswechsel alle Pflanzstellen aktualisiert zu haben
- Ziel ist, die Pflanzstellen mit Erneuerungsbedarf zu ermitteln, ein passendes Angebot an den Kunde zu erstellen und zum Auftrag zu führen
- Ziel ist, das Konzept turnusmäßig durchzuführen
- Potential: 1.500 Pflanzstellen, Umsatz ca. 150T€ (10 Jahre Erneuerungsrythmus bei Gesamtzahl von ca. 15.000 Pflanzstellen, davon 50% Auftragsquote, Durchschnittswert ca. 185€/Pflanzstelle)

Projekt 1: Personalentwicklungsmassnahme

Mehrwertargumente, zielgruppenspezifisch, Anzahl/Brief:

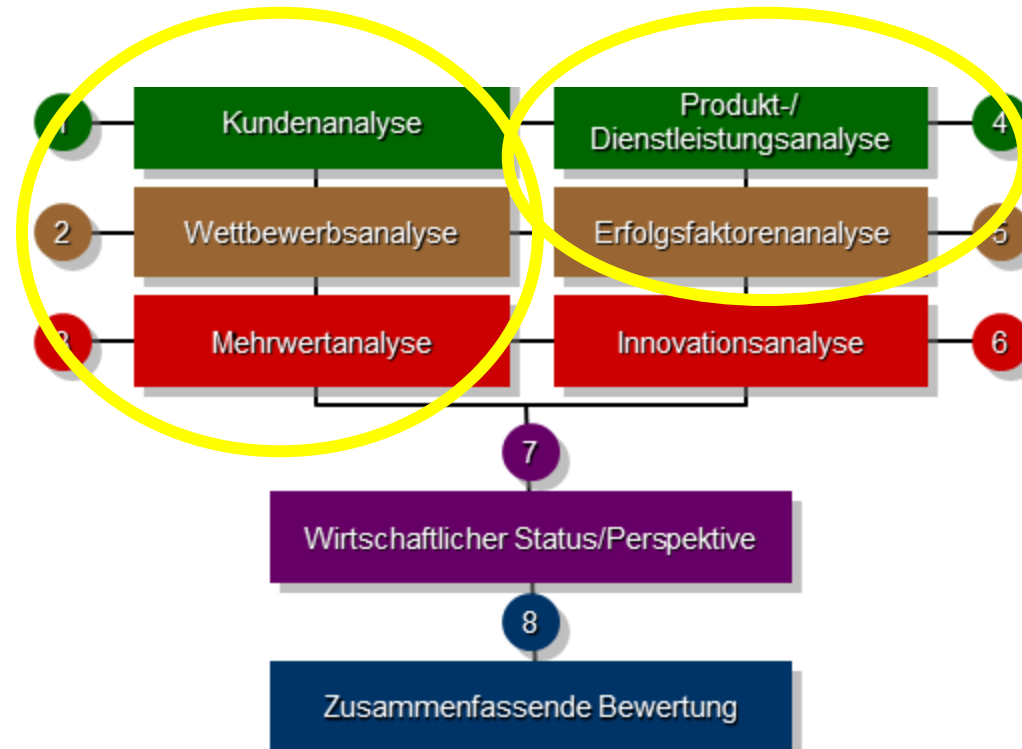
Zielgruppe	Pflegekompetenz	Gestaltung / Begründungskompetenz	Servicekompetenz	Sonstiges
Musterbrief Standard	5	1	1	
mit Einladung HDH	5	1	1	1
Wiederverkäufer Gärtner	4 <i>Es fehlen Service Argumente wie: Beste Pflanzenauswahl, schnell und unkompliziert, auch Kleinmengen</i>	-	1	1 <i>nur Konditionenargument</i>
Planer und Architekt	1 <i>Es fehlen Planer Argumente wie: Kennzahlen, Leistungen z. B. Akustik, Klima, Gesundheit</i>	1	1	1
Referenzen	<i>Referenzen für Planer: Beispiele, Fotos, Pläne, Sortimentsangaben Referenzen für Firmenkunden: Kennzahlen, Kosten pro qm, Zufriedenheit der MA, Telefonliste zur Nachfrage ist sehr gut!</i>			
SOLL	5-10 Arg. / Zielgr.	5-10 Arg. / Zielgr.	5-10 Arg. / Zielgr.	

**Mehrwertargumente/
spezifisch pro
Zielgruppe**

z. B. „Serviceargumente“
„Planungsargumente“
„Funktionale Argumente“,

Referenzen und
Statements zur
Kundenzufriedenheit...

Projekt 2: Personalentwicklungsmassnahme



Projekt 2: Innovationsprojekt



productpartners⁺
innovation, produkt und marke

Innovationsberatung

Ausarbeitung eines Innovationsprojektes,

Förderprogramm: „Go Innov“,

Bundesministerium für Wirtschaft

Förderquote: 50% von max. €800.- Tagessatz (entspr. €400.-), max. 30 Tage

Förderträger: über autorisierte Beratungsunternehmen, Partner AG

1. Machbarkeitsstudie

- a. Recherche intern, Ideen und Umsetzungsmöglichkeiten, Technologien, Ressourcen, Personal
- b. Recherche extern, Wettbewerber Produkte, „Stand der Technik“
- c. Recherche benachbarte Branchen,
z. B. baunahe Produkte, Licht, Wasser, Akustik, Dekoration etc.,
- d. Recherche Architektur, Design, Material etc.
- e. Ideenpräsentation, Kosten / Nutzen Vergleich,
- f. Vor-Auswahl

Nutzen Pkt. 1:

„Innovationsüberblick“

IST Situation „Produkt“, Überblick „Marktsituation“,

SOLL Beschreibung „Produkt“ mit Alleinstellungsmerkmalen,

Ideenpool, Grobkosten/-nutzenübersicht, Ideenauswahl

2. Realisierungskonzept

- a. Recherche Design, Konstruktion, Planung
- b. Recherche Umsetzungspartner, Technologie
- c. Kosten- und Zeitplan
- d. Wirtschaftlichkeitsbetrachtung
- e. Markteinführungsplan
- f. Fördermittelberatung
- g. Anschauungsmuster

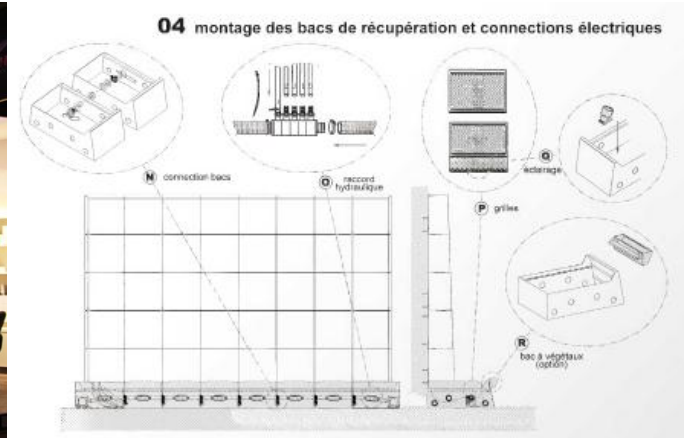
Machbarkeitsstudie

- *Wettbewerbssituation,*
- *„Stand der Technik“*
- *benachbarte Branchen,*
- *Innovationsansätze,*
- *Kosten/Nutzen Vergleich*

Realisierungskonzept

- *Design, Konstruktion, Umsetzungspartner*
- *Wirtschaftlichkeitsbetrachtung*
- *Markteinführungsplanung*
- *Fördermittel und Finanzierung*

Projekt 2: Innovationsprojekt



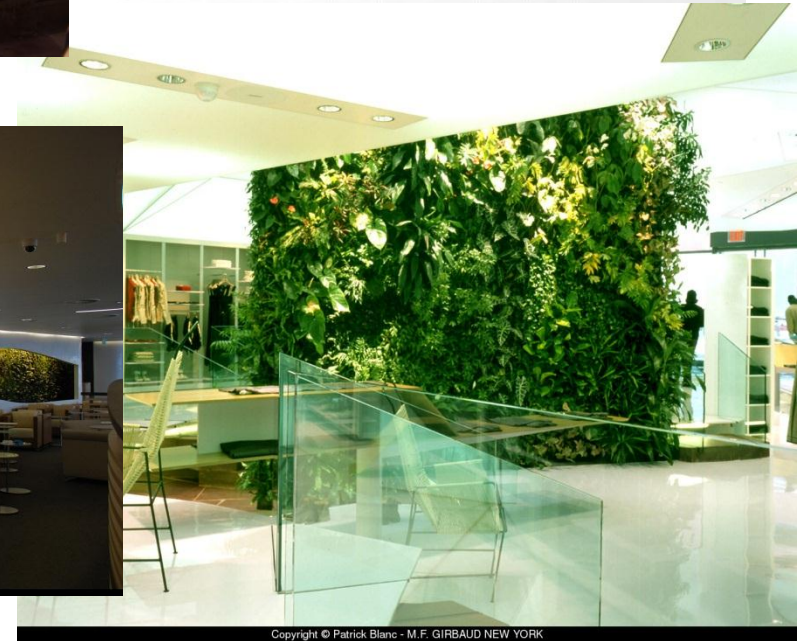
Plan exemplaire
02-09/PM-52
22.06.05
Seite 1

Herzlich Willkommen

Präventiver
Gesundheitsschutz?

Das grüne Büro-
Büro der Zukunft ?

BMW Group



Projekt 2: Innovationsprojekt

Ziel:

Entwicklung eines architektonischen Pflanzmoduls,
für Innen- und Aussenbegrünung.

Rastermaße für Aussenmaße und Höhen

Reihung möglich, Zusatzfunktion Sitz, Vertikalwand, Licht

Anspruchsvolle Bepflanzung, dekorativ und funktional
als z. B. Trennwand, Akustik Element, „Klimazone“ etc.
System Hydrokultur oder Erde, oder mit Bewässerungssystem
Vertikal etc..

Planzgefäße in 2-3 Farben, zusätzl. neutral Dunkel+Hell



Beispiel Art Aqua



Beispiel Stein und Design

Projekt 2: Innovationsprojekt





Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

Ministerium | Presse | Service | Medienraum | Kontakt

Suche Themen

Suchbegriff eingeben

Startseite » Technologie » Technologiepolitik » Innovationsförderung im Mittelstand » Innovationsberatung

- Wirtschaft
- Technologie
 - ▼ Technologiepolitik
 - › Rahmenbedingungen
 - ▼ Innovationsförderung im Mittelstand
 - › Technologieoffene Projektförderung
 - › Vorwettbewerbliche Forschung
 - ▼ **Innovationsberatung**
 - › Schlüsseltechnologien
 - › Digitale Welt
 - › Postpolitik
- Energie

Innovationsberatung



© colourbox.com

Die wachsende Komplexität des Wirtschaftsgeschehens, die immer schneller werdenden Innovationszyklen und die hohen Rohstoff- und Energiekosten machen es erforderlich, dass gerade kleine und mittlere Unternehmen ihre Kompetenz ständig erweitern und auf dem aktuellen Stand der Technikentwicklung, Managementmethoden und Prozessgestaltung halten.

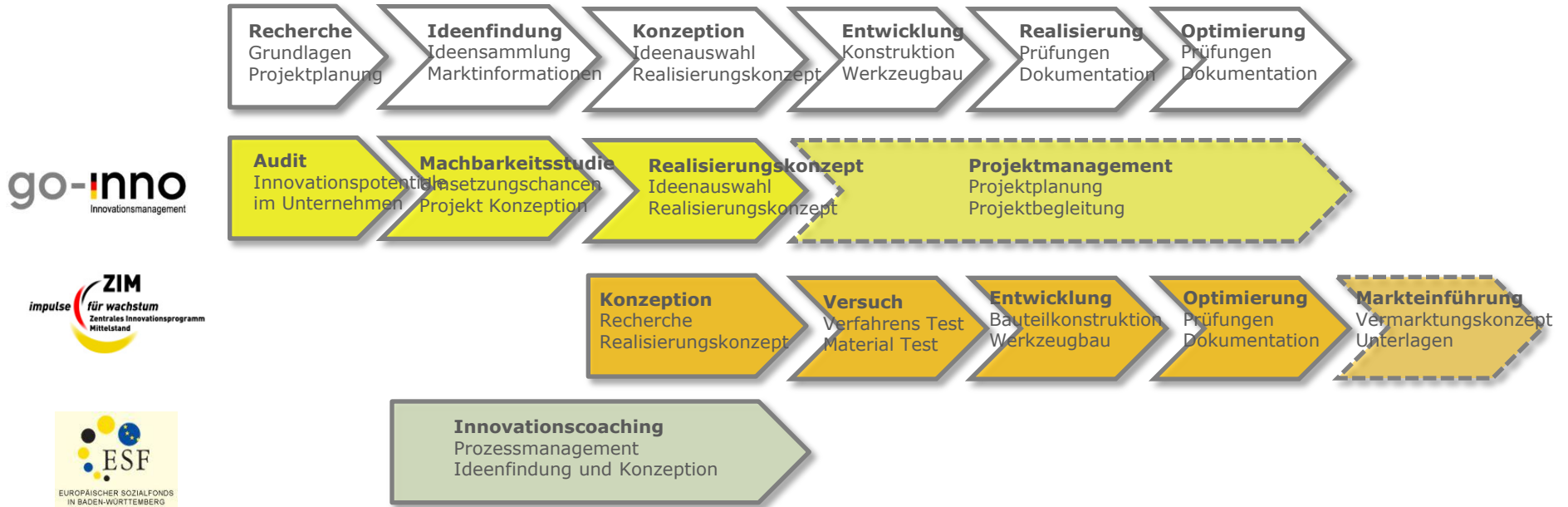
Dieser Förderbereich hat daher zum Ziel, die Innovationskompetenz von kleinen und mittleren Unternehmen zu erhöhen. Er umfasst:

→ **BMWi-Innovationsgutscheine zur Förderung von Innovationsmanagement in kleinen Unternehmen - "go-Inno" (Beratung für Unternehmen)**

Innovation = Gegenstand öffentlicher Unterstützung/Förderungen

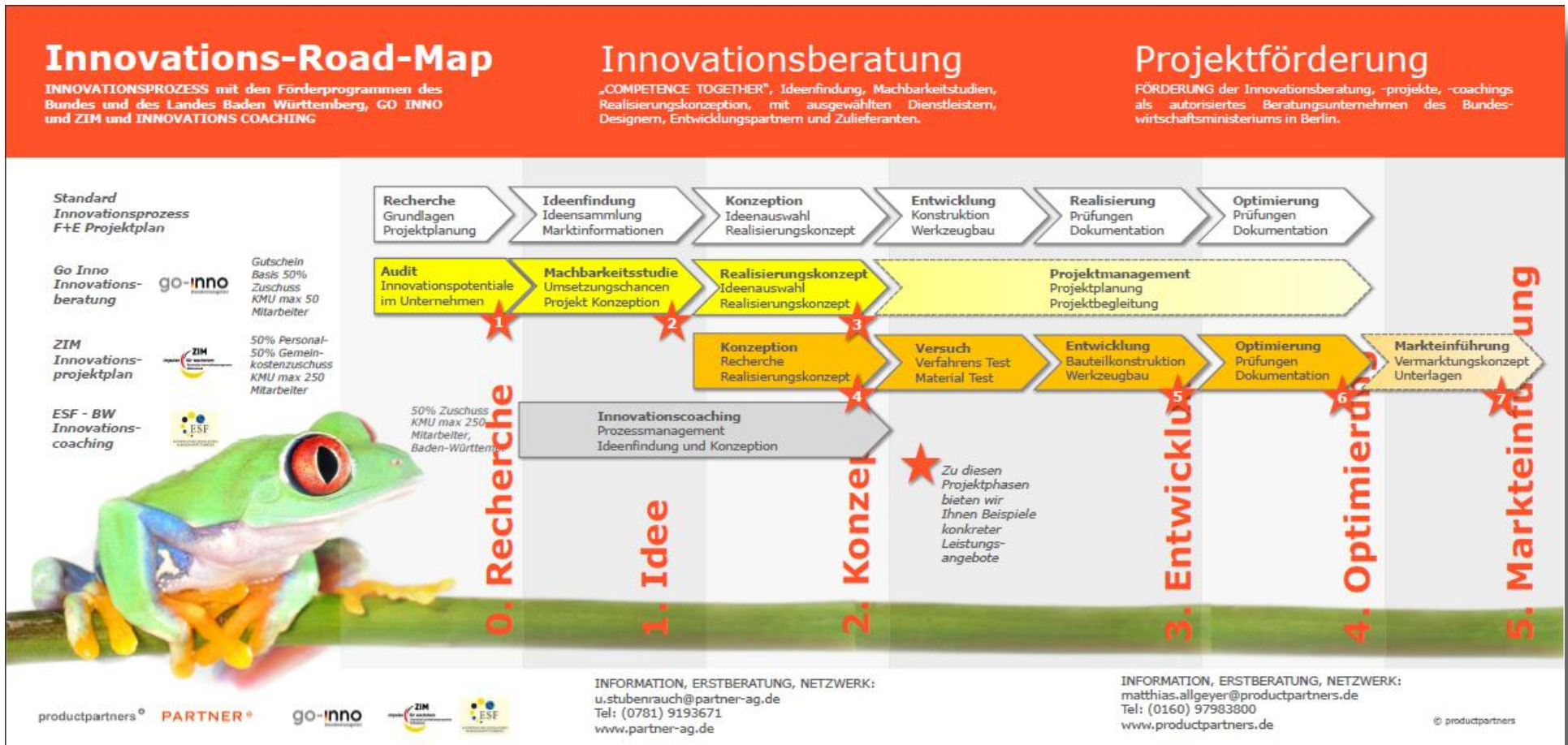


Standard Innovationsprozess F+E Projektplan



Förderbare Abschnitte / Förderprogramm

Innovations Road Map und öffentliche Förderung



Informationen zum Unternehmens-Vital-Check



Unternehmens-Vital-Check
Idee, System, Anwendung

RKW – Management-Verlag
ab November 2011



www.unternehmens-vital-check.de

Besten Dank!

*Alle Unterlagen finden Sie auf
www.productpartners.de*