



// EDITORIAL

Alchimedus® Endspurt 2019

Liebe Leserinnen und Leser,

seien Sie begrüßt! Unsere dritte Ausgabe des Alchimedus® Kuriers beschäftigt sich ausschließlich damit, wie man als Unternehmer mit richtigem Qualitäts- und Markenmanagement Kunden gewinnen, begeistern und dauerhaft binden kann. Eine Frage, über die ich mir seit Jahren immer wieder den Kopf zerbreche und die man im Zuge gesellschaftlicher und technischer Veränderungen regelmäßig neu betrachten und anders beantworten muss. Eine Frage, die Raum braucht.

Daher enthält unser November Kurier im Wesentlichen nur diesen einen Beitrag, der sich an alle richtet, die ebenfalls – sei es als Unternehmer oder Privatpersonen – ihren Qualitätsstandard immer wieder überprüfen. Sie erhalten hier eine konzentrierte Anleitung, wie Sie sofort und ohne Umschweife die

Best Performance Ihres Unternehmens/ Ihrer Organisation ankurbeln können.

Wie immer denken wir uns am Ende des Jahres, wie schnell doch das vergangene Jahr vorübergegangen ist, und reflektieren, was uns die vergangenen zwölf Monate gebracht haben, was uns gut oder weniger gut gelungen ist und wo wir in der Zukunft umdenken müssen bzw. wollen – eine Art meditativer Jahresabschluss. Dafür wird das Alchimedus®-Team vom 20.12.2019 bis zum 7.1.2020 in den Weihnachtsurlaub gehen. So wünschen wir Ihnen schon jetzt eine geruhsame Adventszeit, frohe Weihnachten und ein erfolgreiches und glückliches Jahr 2020.

Ihr Sascha Kugler



// TERMINE

Save the Date

Merken Sie sich unsere nächsten Workshops und Seminare vor und sichern Sie sich Ihren Platz. Alle Seminare finden in unseren Büroräumen statt:

Rathausstr. 2, 90562 Kalchreuth.

14. NOVEMBER 2019

Tagesschulung Betriebliches Eingliederungsmanagement
178,50 € brutto

19./20. NOVEMBER 2019

Alchimedus® Berater Performance Kurs
571,20 € brutto

27./28. NOVEMBER 2019

GoBD Direkt® Gutachter
809,20 € brutto
(statt 1.166,20 €)

10./11. DEZEMBER 2019

Workshop Business Modell Canvas Consultant
809,20 € brutto
(statt 1.166,20 €)

Save the Date!



Masters only Seminar im Frühling

10. und 11. März 2020
21. und 22. April 2020



Best Performance im Unternehmen

Ein richtig verstandenes Best Performance-Management hilft einem Unternehmen dabei, Kunden zu begeistern, Interessenten auch digital zu gewinnen, den Unternehmenswert zu steigern, Mitarbeiter zu binden und dabei wirtschaftlich zu handeln. In diesem Beitrag erfahren Sie, was Best Performance im Zeichen der digitalen Revolution ist und welche Möglichkeiten Sie haben, um selbst zum echten Bestleister zu werden.

► Die Welt und die Märkte verändern sich. Neue Technologien revolutionieren die Welt, das Anspruchsverhalten der Kunden und die Möglichkeiten der Meinungsbekundung in den sozialen Medien. Kunden wählen immer öfter den digitalen Weg, um einen Dienstleister auszusuchen. Gesetzliche und regu-

Bis zu 46 Millionen Cyber-Attacken verzeichnen deutsche Unternehmen pro Tag. Die Deutsche Telekom wurde nach eigenen Angaben im April 2019 durchschnittlich 31 Millionen Mal täglich angegriffen. Zum Vergleich: Im April 2017 waren es durchschnittlich vier Millionen Angriffe pro Tag. [1]



latorische Vorgaben fordern unternehmerisch Tätigen immer mehr ab. Hinzu kommt die – sehr realistische – Gefahr, Ziel eines Cyber-Angriffs zu werden.

Und nun werden auch noch die Mitarbeiter knapp. Zwei von drei Unternehmen fällt es heute bereits schwer, offene Stellen zu besetzen. Bis 2050

wird sich die Zahl der Arbeitnehmer fast halbieren.

Daraus ergeben sich einige essentielle Themen, die alle unternehmerisch Tätigen im Sinne einer Best Performance-Managementstrategie unbedingt angehen sollten:

- digitale Transformation in der Markterschließung
- Digitalisierung der Geschäftsprozesse
- Veränderung der Geschäftsmodelle
- Einhaltung der Regularien
- Abwehr der Risiken
- Mitarbeitergewinnung und -bindung

Diese Entwicklungen betreffen uns alle, und sie werden enorme Auswirkungen auf die Profitabilität und Überlebensfähigkeit von Organisationen, auch im Sinne von Nachfolgeregelungen haben. Grund genug, sich mit diesen Themen auseinanderzusetzen, sich Gedanken darüber zu machen, wie Sie den damit verbundenen Ausleseprozess gewinnen können.

Bevor wir richtig beginnen: Best Performance-Management ist die moderne und wesentlich weiter gefasste, ganzheitliche Form eines Qualitätsmanagementsystems (QM). Streichen Sie ab jetzt gedanklich den Ausdruck QM und ersetzen Sie ihn durch den Begriff Best Performance-Management. Aufgrund falsch verstandener Ansätze und wenig nachhaltiger Umsetzung ist QM im Unternehmen oft zum reinen Papiertiger oder zum Aktengrab geworden. Die Verantwortung für Steuerung und Umsetzung wird Subordinaten übergeben, die Geschäftsleitung selbst will davon nichts wissen und sieht das Thema als notwendiges, aber überflüssiges Übel an.

Ein so verstandenes Qualitätsmanagement bringt nichts und entfaltet nicht die mögliche Wirkung.

Gute Qualität ist für Unternehmen selbstverständlich. Es ist der zentrale Anspruch, Menschen möglichst gut zu bedienen. Die Kunden setzen dies jedoch als Grundbedingung voraus. Wenn Sie Ihr Auto in einer Fachwerkstatt abgeben, nehmen Sie ja ebenfalls an, dass die Mitarbeiter dort wissen, was zu tun ist. Sie setzen voraus, dass das Bestmögliche getan wurde.

Qualität im Unternehmen umfasst auch Themenkomplexe wie Markenaufbau, IT-Sicherheit, Risikomanagement, Datenschutz, Hygiene, Arbeitsschutz, Onlineservice, Empfehlungsmanagement, Arbeitgebermarkenpflege, Mitarbeiterbindung, Marketing u. v. m.

Qualität in der neuen Welt der digitalen Revolution bedeutet, nicht nur die Fachprozesse zu beherrschen und entsprechende Fortbildungen zu besuchen. Qualität bedeutet auch, sich in Themenfeldern wie Virenschutz, Landingpages, Webportalen, automatisierte Bots, Kundengewinnung über soziale Medien, Benefit-Programme, Mitarbeiterentwicklung, Gesundheitsprävention oder Vereinbarkeit von Beruf und Familie auszukennen und aktiv etwas zu tun.

Die zentralen Fragen lauten: Wie entwickeln Sie sich als Organisation weiter? Wie steigern Sie den Unternehmenswert in der digitalen Revolution? Wie werden Sie wirklich zum Bestleister? Wie setzen Sie Ihren eigenen Qualitätsanspruch durch?

Ein Magnet für leistungsorientierte Mitarbeiter und ein – in wirtschaftlichen Kennziffern gemessen – florierender Betrieb zu werden, ist gar nicht

so schwierig. Es gilt nur ein paar Regeln zu beachten und die umfassende Verantwortung für das eigene Tun zu übernehmen.

Best Performance-Management in diesem Sinn ist eine Art ganzheitliche Unternehmensführungsstrategie – und damit Chefsache.



Wer stellt Qualitätsanforderungen?

In Deutschland, Österreich und der Schweiz gibt es unterschiedliche Qualitätsansätze. Grundsätzlich gilt: Jeder, der von sich glaubt, ein besonderes Qualitätsverständnis zu haben und dieses am Markt erfolgreich umsetzen zu können, kann sich berufen fühlen, entsprechende Anforderungen zu stellen.

Beispielsweise wurde die Basisqualität für Arzt- und Zahnarztpraxen bereits in der sogenannten Qualitätsmanagement-Richtlinie des G-BA (Gemeinsamer Bundesausschuss, www.g-ba.de/richtlinien/87) definiert.

Die Richtlinie beschreibt die grundsätzlichen Anforderungen für eine erfolgreiche Einführung und Umsetzung von Qualitätsmanagement für Ver-

tragsärzte, Vertragspsychotherapeuten, medizinische Versorgungszentren, Vertragszahnärzte sowie zugelassene Krankenhäuser. Sie beinhaltet die Rahmenbestimmungen, die für alle Sektoren gelten, sowie die sektorspezifischen Konkretisierungen der Rahmenbestimmungen.

Darüber hinaus gibt es unzählige weitere Auszeichnungen, Gütesiegel etc.

Viele Organisationsleitungen denken beim Begriff Qualität an Institutionen wie Gesundheitsämter oder Datenschutzbehörden, die ihnen etwas vorschreiben oder im schlimmsten Fall sogar Böses wollen. Diese Art von Qualitätsempfinden ist jedoch nicht zielführend.

Je höher Ihr fachlicher, ethischer oder wirtschaftlicher Anspruch ist, umso mehr müssen Sie bereit sein zu leisten. Es setzt in unserem Denken einen eigenen, gut ausgebildeten Qualitätsanspruch voraus.

Sie haben sich selbst dazu verpflichtet, die bestmögliche Leistung zu erbringen. Damit folgen Sie Ihrem eigenen Anspruchssystem. Die gesetzlichen Anforderungen stellen le-



diglich die Sicherung einer Mindestqualität dar.

Wenn diese Kriterien erfüllt sind, haben Sie eine Basisqualität im Management erreicht. Kein Anlass zu übermäßiger Freude. Entweder man hat diese Basisqualität oder man wird abgestraft. Best Performance bedeutet jedoch viel mehr. Sie werden zum Bestleister in allen Aspekten der Unternehmensführung.

Wie können Sie ein Best Performer werden und maximalen Nutzen aus Ihrem damit verbundenen Qualitätsmanagement-System ziehen?

Best Performance-Kriterien für Ihre Organisation

Die Entwicklungen in der digitalen Transformation fordern eine gänzlich neue Herangehensweise. Erweitern Sie Ihren Qualitätsanspruch auf das gesamte Unternehmen, auf allen

Ebenen und mit allen Stakeholdern! Zahlreiche Studien und Managementsysteme haben ergeben, dass gut funktionierende Organisationen weltweit die Grundregeln der Unternehmensführung berücksichtigen.

Dies zeigt als Metamodell unter anderem die Alchimedus®-Methode, die als Open-Source-Ansatz Erfolgskriterien herausragender Unternehmen und Organisationen aus über 180 Studien und mehr als 15.000 Interviews abgeleitet hat. Die theoretische Basis des Alchimedus®-Modells bilden TQM-Systeme, unter anderem das Modell der European Foundation for Quality Management (EFQM), die Ergebnisse des TQM-Begründers William Edwards Deming, die ISO-Normen und die Six-Sigma-Methode. Berücksichtigt werden auch die Resultate zahlreicher Untersuchungen – zum Beispiel des Gallup Engagement Index und der Verdi-Studien – sowie die

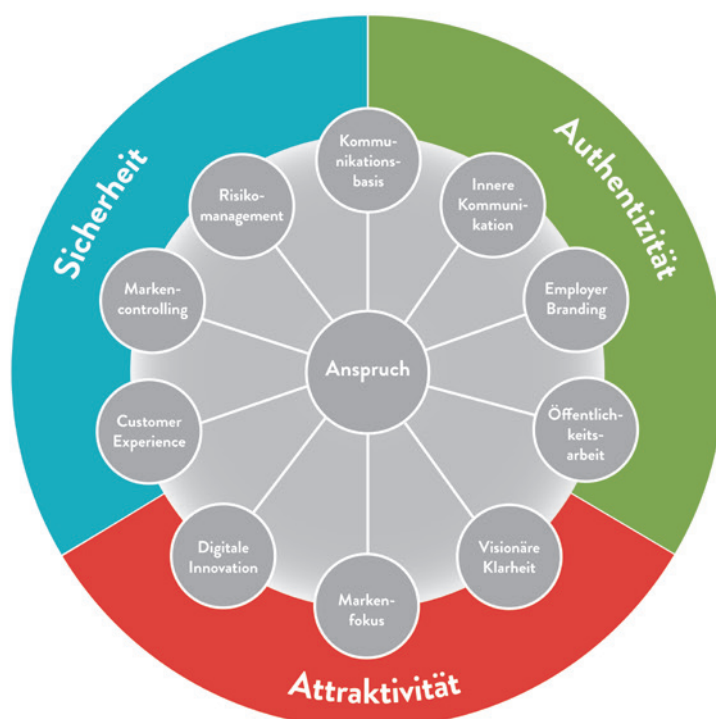
Publikationen bedeutender Wissenschaftler. Die mehrfache Olympiasiegerin Sandra Kiriasis konnte in einer 2017 veröffentlichten Forschungsarbeit [2] nachweisen, dass auch Spitzensportler über diese Erfolgsfaktoren verfügen. Insgesamt 60 sogenannte Befähigerfaktoren in drei Kategorien lassen sich aus diesen Studien ableiten. Um zu überprüfen, inwiefern ein Unternehmen oder eine Organisation diese Kriterien erfüllt, wurde ein Inventar von 3x20 Fragen entwickelt.

Wenn die Erfolgsfaktoren berücksichtigt und gelebt werden, entsteht die Markenstrahlkraft eines Unternehmens oder einer Organisation – oder einfach ein für Kunden, Partner und Mitarbeiter gleichermaßen hochgradig attraktives Unternehmen, [3] parallel dazu steigen Prozessperformance und Unternehmenswert.

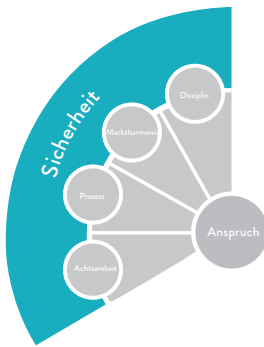
Bevor wir uns dem Modell im Detail widmen, finden Sie in Abb. 1 zunächst eine Übersicht der Strahlkraft. In der Mitte steht Ihr Anspruch. Der Ausgangspunkt Ihrer Tätigkeit. Sie wollen umfassende Bestleistung nachhaltig erbringen! Je besser Sie die dazu erforderlichen Schritte umsetzen, desto attraktiver werden Sie als Praxisunternehmen und desto stärker wird Ihre Strahlkraft. Wir stellen sie als rote, grüne und blaue Fläche dar. Je eine Farbe steht für eine besondere Stärke.

Die blaue Komponente der Strahlkraft steht für Sicherheit, etwa durch effiziente Strukturen und sichere Abläufe, auch außerhalb der beschriebenen Norm. Wenn Sie hier punkten, gibt dies Menschen und Unternehmen ein Gefühl der Sicherheit und fördert damit den Wunsch, mit Ihnen zusam-

ABB. 1
DIE STRAHLKRAFT
IM ÜBERBLICK



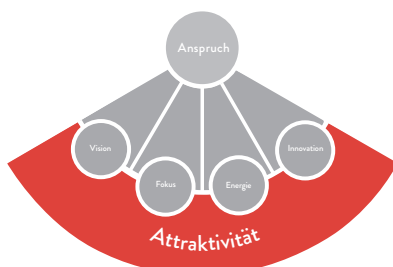
menzuarbeiten bzw. auf Sie zu vertrauen. In diesen Bereich fallen Themen wie Fachversorgung, Praxisabläufe, IT-Sicherheit, Risiko- und Notfallmanagement, Datenschutz, Arbeitsschutz, Hygiene etc.



Resultat:

- Die Kosten sinken.
- Die Risikoanfälligkeit wird reduziert.
- Sie erzielen Effizienzgewinne.
- Die Prozesse werden verbessert.

Die rote Komponente der Strahlkraft steht für die Attraktivität des Angebots. Best Performance-Unternehmen unterscheiden sich vom Wettbewerb, bieten Nutzen und lösungsorientierte Innovationen, eben echten Mehrwert. Bei Menschen und Unternehmen entsteht das Verlangen, auf ihre Angebote zurückzugreifen. In diesen Bereich fallen Themen wie Social Media, Webseiten, automatisierte Kundengewinnung, neue Formen der Vermarktung, Auffindbarkeit im Netz, innovative Behandlungsmethoden, Bekanntheit etc.



Resultat:

- Innovative Lösungen entstehen.
- Sie bieten einen klaren Nutzen.
- Sie verfügen über starke Alleinstellungsmerkmale.
- Sie generieren Zusatzverkäufe.

Die grüne Komponente der Strahlkraft steht für Authentizität. Sie vermittelt Sinn und Gemeinschaftsgefühl. Best Performance-Unternehmen fördern und unterstützen das Engagement der Mitarbeiter, ihre Servicebereitschaft und ethisches Handeln. Es macht Freude, mit solchen Menschen und Unternehmen zusammenzuarbeiten. In diesem Bereich geht es um Engagement der Mitarbeiter, interne und externe Kommunikation, Gesundheitsmanagement, Zusammenhalt, Vertrauen etc.



Resultat:

- Das Mitarbeiterengagement steigt.
- Die Fluktuation sinkt.
- Das Employer Branding wird verstärkt.
- Die Kundenbindung wird erhöht.

Eine Organisation, die diese drei Kräfte gut ausgebildet hat, läuft rund. Die Wahrscheinlichkeit, dass sie in einem sich dynamisch ändernden Umfeld weiter prosperieren wird, ist hoch.

[1] Braun T (2019) Bis zu 46 Millionen Cyber-Attacken pro Tag auf Unternehmen, <https://www.zdnet.de/88363957/bis-zu-46-millionen-cyber-attacken-pro-tag-auf-unternehmen>

[2] Kiriasis S (2017): Der Spitzensportler als Spitzenunternehmer – Eine Studie über die Erfolgsgenese von Spitzensportlern als ganzheitliche Unternehmer. Bachelorarbeit. Fachhochschule für Sport und Management Potsdam

[3] Kugler S, von Janda-Eble H (2017) Markenmanagement mit System: Wie Sie Ihre Marke strukturiert aufbauen und führen. Springer Gabler Wiesbaden



Kurzpotenzialanalyse

Sie wollen wissen, wo Sie aktuell stehen?

► Führen Sie nun eine Potenzialanalyse durch. Bewerten Sie Ihre Organisation in den folgenden Aspekten mit 1 bis 10. 1 steht für „sehr schlechte Ausprägung“, 10 steht für „perfekte Ausprägung“. Tragen Sie diese im dafür vorgesehenen Kästchen ein. Bitte versuchen Sie, jede Frage zu bewerten.

Blaue Komponente: Sicherheit

☐ Wurde eine klare Aufbauorganisation mit grundlegender Struktur (auch IT-Struktur), Vertretung und Delegierung festgehalten, ist diese bekannt und wird sie umgesetzt?

☐ Verfügt das Unternehmen über eine stabile Ablauforganisation mit sicheren (auch digitalen) Prozessen?

☐ Haben Sie die Kosten im Griff (Controlling) oder werden Sie immer wieder einmal negativ überrascht?

☐ Verfügen Sie über ein echtes Risikomanagement-System, um die Risiken für die Geschäftsleitung zu reduzieren, und ist dies dokumentiert?

☐ Verfügen Sie über ein Notfallmanagement-System, um im Krankheits- oder Todesfall den Fortbestand des Unternehmens zu gewährleisten?

☐ Wird der Datenschutz vollumfänglich auf Basis der EU-Datenschutzgrundverordnung umgesetzt und wird dies extern attestiert?

☐ Verfügen Sie über ein professionelles IT-Sicherheitssystem und wird dies aktiv überwacht?

☐ Misst das Unternehmen die Qualität der eigenen Wertschöpfungsangebote (z. B. Kennziffern-, Markt- und Wettbewerbsanalyse, Datenauswertung, Webauswertungen) kontinuierlich und lernt es daraus?

☐ Wird die Kundenzufriedenheit (Daten über Kundenbeziehung, -betreuung, -bindung, -wünsche) laufend ermittelt und werden deren Daten kontinuierlich bewertet?

Durchschnittswert blaue Komponente



Rote Komponente: Attraktivität

☐ Ist die Einzigartigkeit des Angebots (USP, Alleinstellungsmerkmal) definiert und wird sie in den Marketingmaßnahmen und Werbebotschaften personalisiert?

☐ Ist eine echte Vertrauenskultur entstanden und wurden die Führungsgrundsätze bzw. das Qualitätsverständnis definiert sowie off- und online kommuniziert?

☐ Nutzt das Unternehmen/die Organisation (digitale) Methoden und Wege systematisch, um das Angebot erlebbar zu machen?

☐ Werden (auch digitale) Methoden zur systematischen Kundengewinnung erfolgreich genutzt und dabei auch die sich ständig ändernden Kundengewohnheiten an allen Berührungspunkten (Touch Points) berücksichtigt?

☐ Sind Anreize für Kunden und Mitarbeiter vorgesehen, damit diese (auch digitale) Empfehlungen abgeben, Fürsprache leisten und so einen großen Einfluss auf die Markenidentität, den Ruf und das Image des Unternehmens nehmen?

☐ Verfügen Sie über ein professionelles Marketing mit einheitlicher Außendarstellung (Corporate Identity/Corporate Design)?

☐ Sind die Ziele, Verantwortlichkeiten und Prozesse der Öffentlichkeitsarbeit geklärt und werden dabei auch digitale Angebote bzw. Plattformen genutzt?

☐ Wird das eigene (auch digitale) Marketing genutzt, um Kunden anzulocken, einzubeziehen, dazu zu inspirieren, mit ihnen zusammenzuarbeiten, und sie vor allem positiv zu überraschen?

☐ Wird intensiv und permanent dafür gesorgt, dass das Angebot an die Bedürfnisse der Kunden angepasst wird und immer bessere Problemlösungen für die Zielgruppen geschaffen werden?

Durchschnittswert rote Komponente



☐ Läuft die interne Kommunikation reibungslos?

☐ Gibt es ein Programm zur Förderung und Weiterentwicklung jedes einzelnen Mitarbeiters?

☐ Bieten Sie den Mitarbeitern einen modernen Arbeitsplatz?

☐ Kümmert sich das Unternehmen um die Gesundheit und Work-Life-Balance der Mitarbeiter?

☐ Bieten Sie den Mitarbeitern ein attraktives Entlohnungssystem mit Zusatzleistungen?

☐ Stellen Sie sich in den (digitalen) Medien als attraktiver Arbeitgeber dar?

Durchschnittswert grüne Komponente

Grüne Komponente: Authentizität

☐ Verfügen Sie über eine nachgewiesene Arbeitsschutzbetreuung nach DGUV Vorschrift 2?

☐ Wurde eine psychische Gefährdungsbeurteilung durchgeführt und wurden gegebenenfalls Verbesserungsmaßnahmen getroffen?

☐ Werden Mitarbeitergespräche regelmäßig durchgeführt und wird Nutzen daraus gezogen?

Sie sollten in allen drei Dimensionen einen Durchschnittswert von mehr als 7 erreichen. Wenn das nicht der Fall ist, sollten Sie etwas ändern. Packen Sie es an! Erarbeiten Sie am besten im Team für die niedrig bewerteten Bereiche Verbesserungsmaßnahmen.



Umsetzung

Wir haben bis hierhin den allgemein gültigen Qualitätsbegriff der G-BA Richtlinie um eine Reihe von Zukunftsthemen des digitalen Zeitalters erweitert. Nun gilt es, diese professionell umzusetzen und Nutzen daraus zu ziehen.

► Im Qualitätsmanagement wird viel Wert auf die kontinuierliche Verbesserung der Prozesse gelegt. Dies gilt nun auch für die neu hinzugekommenen Themen. Die in der Umsetzung entstandenen Erfahrungen fließen wieder zurück in die Planung, so dass ein Regelkreis (Deming-Kreis) entsteht, (s. Abb. 2). Dieser setzt sich aus den folgenden vier Punkten zusammen:

1. Plan: Sie planen, welchen Soll-Zustand Sie erreichen wollen und was zu tun ist.
2. Do: Sie setzen dann die geplanten Maßnahmen um.

3. Check: Nun prüfen Sie, ob Sie die Soll-Ziele erreicht haben. Dazu werten Sie qualitative und quantitative Qualitätsinformationen aus, z. B. in Form von Kosten-Nutzen-Betrachtungen, Überprüfen getroffener Annahmen.

4. Act: Sollten Sie die Ziele nicht erreicht haben, werden Anpassungs-, Korrektur- und weitere Verbesserungsmaßnahmen getroffen. Wurden die Ziele erfüllt, geben Sie neue, höhere Ziele vor. Es sollte ein Qualitätsgewinn entstehen – aus der vorherigen Phase gewonnene

Informationen werden für Strukturverbesserungsmaßnahmen und die Prozessoptimierung eingesetzt. Erfolge und Ergebnisse werden kommuniziert.

Nun beginnt der Prozess von vorne. Dieses Grundverständnis von Qualitätsmanagement sollte jeder im Unternehmen beherrschen und akzeptieren.

Entwickeln Sie reife Prozesse!

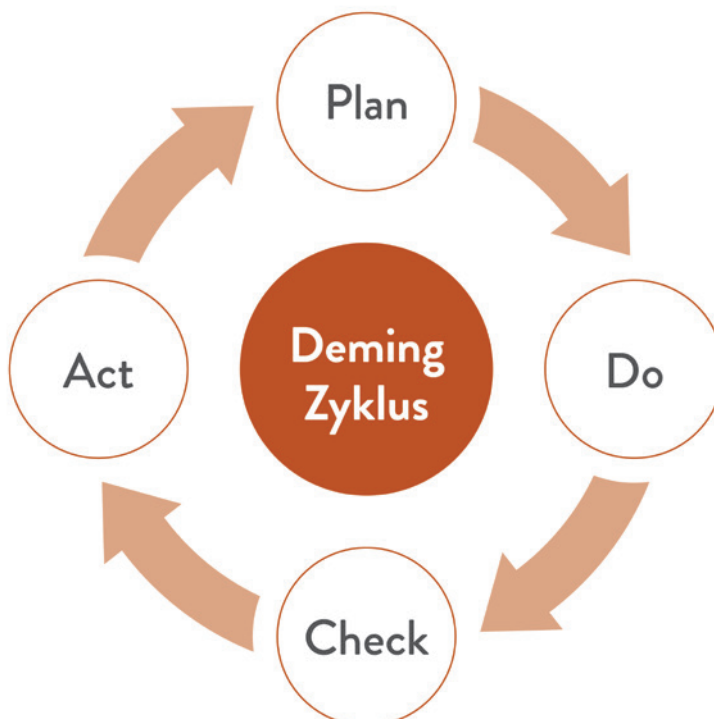
Wenn die Umsetzung bestimmter Anforderungen im Unternehmen bewertet werden soll, neigen Involvierte aus verständlichen Gründen dazu, sich besser zu bewerten, als sie es in Wirklichkeit sind. Es fehlt oft an einem objektiven Standard.

Das Reifegradmodell der ISO 9004 ist ein solcher Standard. Dabei handelt es sich um eine Qualitätsnorm, die erstmals im Jahr 1994 veröffentlicht wurde und inzwischen in der Fassung von 2018 vorliegt. Die Norm trägt den Titel „Qualitätsmanagement – Qualität einer Organisation – Anleitung zum Erreichen nachhaltigen Erfolgs“ (ISO 9004:2018). Ziel ist es, durch Erlangung eines hohen Reifegrades ein wirksames und effizientes Qualitätsmanagement-System zu etablieren und mit nachhaltigem Erfolg zu verbessern.

Die wesentlichen Einflussfaktoren für Ihren künftigen Unternehmenserfolg haben Sie durch die Potenzialanalyse bereits kennen gelernt.

Im Alchimedus®-Modell werden statt der fünf Reifegrade der ISO-Norm insgesamt zehn Reifegrade (s. Tab. 1) aufgeführt, um eine feinere Be-

ABB. 2
DER DEMING-KREIS



wertung zu erhalten. Führen Sie nun eine Selbstbewertung der Potenzialanalyse nach ISO 9004 nochmals anhand der folgenden Reifegrade durch.



- Sie bewerten sich mit 1, wenn es keinen formalen Ansatz gibt – also keine Überlegung, wie der Prozess aussehen soll.
- Sie geben sich eine 2 oder 3, wenn es ein Konzept gibt, dieses aber nur reaktiv umgesetzt wird. Frei nach dem Motto: „Ich wüsste, wie es geht, mache es aber nicht.“
- Sie bewerten einen Prozess zwischen 4 und 6, wenn das Konzept systematisch umgesetzt wird: sehr systematisch und regelmäßig eher 6, ein bisschen systematisch und regelmäßig eher 4.
- Sie bewerten einen Prozess mit 7 bis 9, wenn die Verbesserung über Kennziffern quantitativer und qualitativer Art und abgeleitete Maßnahmen nachgewiesen werden kann.
- Sie geben einem Prozess eine 10, wenn die Performance tatsächlich besser ist als andere, Sie also ein echter Bestleister sind.

Alle neuen Prozesse aus den drei Bereichen Ihrer Potenzialanalyse sollten gemäß dem Reifegradmodell entwickelt, umgesetzt, überwacht und

dokumentiert werden. Egal, ob im Datenschutz, im Webmarketing oder in der Mitarbeiterführung.

- Eines ist sicher: Wenn Sie diese Herangehensweise verinnerlichen, steigt die Qualität in der Organisation automatisch. Verstärkt wird dieser Prozess durch Audits, möglichst durch fremde Dritte.
- Ein Audit ist ein systematischer Prozess zur Erlangung von Auditnachweisen und zu deren objektiver Auswertung, um zu ermitteln, inwieweit Auditkriterien erfüllt sind (so definiert es die ISO-9000-Norm).
- Eine Zertifizierung ist ein Auditnachweis.
- Viele QM- und Gütesiegelsysteme bieten die Fremdprüfung an bzw. fordern diese verpflichtend ein. Dies ist ein wichtiger Garant für Qualität, denn oft gilt der Prophet des Qualitätsgedankens nichts im eigenen Land.

Bewertung	Beschreibung
1	kein formaler Ansatz
2 bis 3	reaktiver Ansatz
4 bis 6	stabiler formaler, systematischer Ansatz
7 bis 9	Schwerpunkt auf ständiger Verbesserung
10	Bestleistung (nachgewiesen)

- Mithilfe externer Audits wird die Qualitätsentwicklung beschleunigt.
- Wie die Erfahrung zeigt, steigt die Qualität von Audit zu Audit an. Auch wenn sie zwischen den Audits wieder absinkt, verändert sich doch das Qualitätsniveau insgesamt nachhaltig. Es fällt immer leichter, den Erfüllungsgrad zu erreichen.

Alchimedus®-TIPP

Digitale Transformation im Mittelstand mit System: Wie KMU durch eine innovative Kultur den digitalen Wandel schaffen

Taschenbuch – 5. November 2018
von Sascha Kugler (Autor), Felix Anrich (Autor)

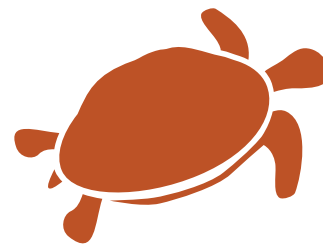


TABELLE 1:
DIE ZEHN REIFEGRADE DER SELBSTBEWERTUNG NACH ALCHIMEDUS® IN ANLEHNUNG AN DIE ISO 9004



Das Turtle-Modell

Nun haben Sie einzelne Fragen der Analyse niedrig beantwortet und es gilt einen Prozess zu definieren. Auch dies ist oftmals eine langweilige Sache.



► Wenn Sie einen Prozess anlegen wollen, können Sie dazu aber auch das Turtle-Modell nutzen – ein klassisches Instrument zur Prozessanalyse. Es hilft dabei, einen Prozess zu beschreiben und die notwendigen Ressourcen zu bestimmen. Somit bildet es häufig die Grundlage für ein systematisches Risikomanagement.

Alchimedus®-TIPP

Die ursprünglich in der Automobilindustrie entwickelte Turtle-Methode (engl.: turtle = Schildkröte) wird als eines der klassischen Instrumente zur Prozessanalyse und Auditvorbereitung genutzt.

Das Turtle-Diagramm wird verwendet,

- um einen Prozess zu beschreiben,
- um Risikoanalysen durchzuführen,
- um Prozessanalysen (Prozessoptimierung) vorzunehmen.

Das Modell nutzt das Bild einer Schildkröte, um den Prozess zu visualisieren.

- Der Kopf stellt dabei die Eingabe (Input) eines Prozesses dar: „Was sollten wir erhalten?“
- Die vier Beine bilden die Stützen des Prozesses:
 - Womit? (Ressourcen wie Arbeitsmittel, Einrichtung, Infrastruktur, ...)
 - Mit wem? (beteiligtes Personal bzw. benötigte Fähigkeiten, ...)

- Wie? (Arbeitsinhalte, Methoden und Informationen wie Formblätter, Anweisungen, ...)
- Wieviel bzw. wie gut? (Leistungsindikatoren wie Kennzahlen und Messgrößen)

- Der Schwanz bildet das Ergebnis (Output) des Prozesses ab: „Was bekommt der Kunde?“
- Unter dem Panzer der Schildkröte steckt der Prozess mitsamt seinen Risiken und Chancen.

Sie können mit der kostenfreien Alchimedus® turtle app unter <https://www.alchimedus.de/turtle/> beliebig viele Prozessbeschreibungen erstellen, die Sie jederzeit abändern, ausdrucken oder im elektronischen Format weiter nutzen können.

Copyright:

Alchimedus® Management GmbH

Stand:

November 2019

Bildnachweis:

S. 1 oben: #59323567 / pict rider / fotolia® | **S. 1 unten:** Alchimedus® Bildarchiv | **S. 2:** #248863420 / PHOTOCREO Michal Bednarek / shutterstock® | **S. 3:** #124295578 / Andrey Bandurenko / fotolia® | **S. 4 und S. 5 Spalten 1 und 2:** Alchimedus® Bildarchiv | **S. 5 Spalte 3:** © Springer Verlag | **S. 7 und S. 8:** Alchimedus® Bildarchiv | **S. 9 Spalte 1:** #108513210 / Olivier Le Moal / Adobe Stock® | **Spalte 3:** © Springer Verlag | **S. 10 und S. 11:** Alchimedus® Bildarchiv | **S. 12:** #57412681 / Almgren / Adobe Stock®

Redaktion:

Iris Kugler

Lektorat:

Iris Kugler

Satz & Layout:

Ina Platte, www.inani-design.de

www.alchimedus-media.de

Alle Rechte vorbehalten

Alchimedus® ist eine international eingetragene Marke.

Dieses Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Kein Teil dieses Werkes darf – auch nicht auszugsweise – in irgendeiner Form oder durch irgendein Verfahren genutzt, reproduziert oder durch Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, vervielfältigt, übersetzt oder in irgendeiner Form verbreitet werden.

Jede Verwertung in den genannten oder in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf deshalb der vorhergehenden schriftlichen Einwilligung von Sascha Kugler.

Change-Management

Und noch ein Wort vom Praktiker. Bei der Umsetzung von Veränderungen in der Organisation (Change Management) kommt es aus meiner Erfahrung immer wieder zu typischen Fehlern.

- Dazu zählen etwa die folgenden:
- Dem Veränderungsprozess wird nicht genug Bedeutung beigemessen oder diese wird zu wenig nach außen kommuniziert.
 - Der kontinuierliche Verbesserungszyklus wird nicht verstanden bzw. immer wieder unterbrochen. Einzelne Schritte werden verspätet eingeleitet. Ein klares Signal, dass das Thema doch nicht so wichtig ist.
 - Erfolge bzw. Veränderungen werden nicht gemessen. Nur harte Zahlen und eindeutige Kennziffern zeigen den Fortschritt oder Rückschritt an. Werden diese nicht erhoben, bleibt alles nebulös.
 - Es werden nicht ausreichend Kapital, Raum und Zeit für das Best Performance-System und die dadurch eingeleiteten Veränderungen zur Verfügung gestellt.
 - Die Leitung unterstützt die Entwicklung und digitale Transformation des Unternehmens zu wenig.
- Diese Fehler gilt es zu vermeiden!

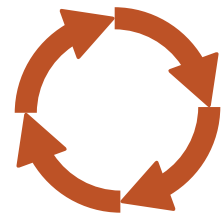
Fazit

Die Märkte haben sich drastisch verändert. Es gelten veränderte Rahmenbedingungen, zudem entstehen immer wieder neue digitale Wege. Der Weg führt weg vom Produkt hin zur Leistung, zum Nutzen und am Ende zum Wert.

Nur wer es schafft, wirklich digital, schnell und ganzheitlich zu denken, wird in Zukunft im Wettbewerb bestehen. Qualitätsmanagement in diesem Sinne als ganzheitliche Unternehmensstrategie verstanden, kann Ihnen dabei helfen, Ihre Ziele zu erreichen.

Der Staat unterstützt Organisationen, Praxen und Unternehmen mit bis zu 250 Mitarbeitern dabei. Der Aufbau geeigneter Best Performance-Strukturen kann oftmals von 50 bis 80 Prozent gefördert werden. Ein Rechtsanspruch besteht nicht.

Über die Website www.alchimedusconsulting.com können Sie eine entsprechende Aufstellung anfordern.



Literatur

Und Musterbrecher: Führung neu leben (uniscope. Die SGO-Stiftung für praxisnahe Managementforschung)

Gebundenes Buch – 25. November 2008
von Hans A. Wüthrich (Autor), Dirk Osmetz (Autor), Stefan Kaduk (Autor)

Der Blaue Ozean als Strategie: Wie man neue Märkte schafft, wo es keine Konkurrenz gibt (Englisch)

Gebundenes Buch – 11. April 2016
von Chan Kim, W. (Autor), Renée Mauborgne (Autor), Ingrid Proß-Gill (Übersetzer), Helmut Dierlamm (Übersetzer)

TQM als integratives Managementkonzept: Das EFQM Excellence Modell und seine Umsetzung

Gebundenes Buch – 5. Februar 2004

The Deming Management Method (Englisch)

Taschenbuch – 31. Oktober 1992
von Mary Walton (Autor)

Die DIN EN ISO 9001:2015 verstehen: Die Norm sicher interpretieren und sinnvoll umsetzen

Taschenbuch – 19. September 2016
von Simone Brugger-Gebhardt (Autor)

Six Sigma+Lean Toolset: Mindset zur erfolgreichen Umsetzung von Verbesserungsprojekten

Gebundenes Buch – 12. November 2014
von Stephan Lunau (Herausgeber), Renata Meran (Autor), Alexander John (Autor), Christian Staudter (Autor), Olin Roenpage (Autor)

Gallup Studie zitieren. Entdecken Sie Ihre Stärken jetzt!: Das Gallup-Prinzip für individuelle Entwicklung und erfolgreiche Führung

Gebundenes Buch – 8. September 2016



// SEO

Herbstputz auf der Homepage

Viele Internetseiten werden einmal erstellt und führen dann ein tristes Dasein. Dies ist nicht nur für die Besucher langweilig – sondern für die Suchmaschinen ebenso: Sie bestrafen solche Webseiten mit einer schlechteren Auffindbarkeit.

► Nutzen Sie also das Jahresende für einen Herbstputz Ihrer Internetseite und prüfen Sie folgende Punkte auf Ihrer Homepage:

- 1) Funktioniert alles wie gewünscht? Werden Mails aus dem Kontaktformular zugestellt?
- 2) Sind die Angaben auf Kontakt und im Impressum aktuell?
- 3) Habe ich bereits eine Datenschutzerklärung wirksam eingebunden?
- 4) Ist der gesicherte Aufruf meiner Homepage über https:// möglich?
- 5) Besitze ich bereits eine mobile Version meiner Homepage?

All diese Punkte sind in den letzten Jahren bereits zu Grundvoraussetzungen für Auffindbarkeit im Netz geworden: Fehlt auch nur ein solches Kriterium, kann das bereits zum Ausschluss aus der Suchmaschine führen.

Besonderes Augenmerk legen Sie bitte auf die letzten beiden Punkte, da diese gerade bei älteren Homepages oftmals nicht umgesetzt worden sind. Ist der Aufruf nur über http:// möglich und erscheint beim Aufruf über https:// eine Fehlermeldung, so sollten Sie sich mit Ihrem Homepagebetreiber in Verbindung setzen. Dieser kann Ihnen die notwendigen Schritte erklären.

Existiert noch keine mobile Version Ihrer Homepage, setzen Sie sich bitte mit Ihrem Webdesigner in Verbindung. Google prüft das Vorhandensein explizit ab und entfernt nicht selten Webseiten ohne mobile Version komplett.



// SOZIALE MEDIEN

Liken und teilen!

Werden Sie Mitglied in unserer Xing-Gruppe: Alchimedus® – das Netzwerk für die zukunftsorientierte und erfolgreiche Unternehmensführung



Werden Sie Mitglied in unserer Facebook-Gruppe:
www.facebook.com/Alchimedus/



// SCHULUNG

Business Model Canvas Consultant

Unternehmen sind ständig gezwungen sich zu differenzieren, um auf stagnierende bzw. sich verändernde Märkte erfolgreich zu reagieren. Dafür reichen innovative Produkte und Prozesse nicht mehr aus. Experten wissen, dass der Wettbewerb künftig zwischen Geschäftsmodellen stattfindet. Deshalb sollten Unternehmen UND Berater dringend anfangen das ganzheitliche Geschäftsmodell zu fokussieren und als Erfolgsquelle zu nutzen. Eine der weltweit gefragtesten Methoden, um Geschäftsmodelle zu bauen und Strategiepoteziale zu entdecken, ist das Business Model Canvas.

Inhalte:

In dieser zweitägigen Schulung lernen Sie das Business Model Canvas als Linear B Funktion kennen. Sie lernen, wie Sie diesen „Geschäftsmodell-Check“ systematisch nutzen, erfolgversprechende Geschäftsmodelle entwickeln und ungeahnte Erfolgsquellen erschließen.

Kursziel:

Nach dem Kurs können Sie den Linear B „Geschäftsmodell-Check“ professionell einsetzen und eröffnen sich so neue Beratungsfelder und Kundengruppen.