

BENCHMARK MITTELSTAND

Messen Sie sich mit den Besten.

Überprüfen Sie Ihre Zukunftsfitness.

Und steigern Sie gezielt die Wachstums- &
Wettbewerbsstärke Ihres Unternehmens.



Was ist **Benchmark Mittelstand**

Benchmark Mittelstand ist ein innovatives Selbstevaluations-Tool, das es ermöglicht, sich mit den erfolgreichsten Unternehmen im Mittelstand zu messen und die eigene Wettbewerbs- und Wachstumsstärke zu steigern.

An wen wendet sich **Benchmark Mittelstand**

Benchmark Mittelstand wendet sich an Eigentümer*, Gesellschafter*, Geschäftsführer* sowie Führungskräfte*, die von den besten Unternehmen im Mittelstand lernen und die eigene Zukunftsfitness steigern wollen.

Worauf beruht **Benchmark Mittelstand**

Benchmark Mittelstand basiert auf unserer mehr als 30jährigen Erfahrung in der Beratung mittelständischer Unternehmen. Und auf der systematischen Auswertung zahlreicher Exzellenz-, Benchmark- und Defizit-Studien der vergangenen Jahre.

Diese zeigen, dass sich die **erfolgreichsten und am besten geführten Unternehmen** im Mittelstand häufig durch eine langfristig ausgerichtete Unternehmenspolitik, überdurchschnittliche Innovationskraft, hohe Mitarbeiter- und Kundenbindung, operative Exzellenz und eine ausgeprägte Macherkultur auszeichnen.

Sie zeigen allerdings auch, dass nicht wenige mittelständische Unternehmen immer noch über **erhebliche Entwicklungspotenziale** in Bereichen wie Strategieverständnis, Marketing & Vertrieb, Digitalisierung, Sortimentspolitik, modernes Controlling und Mitarbeiterführung verfügen.

Zu wissen, wo man **im Vergleich zu anderen Best Practice Unternehmen** aus dem Mittelstand steht, ist ein erster wichtiger Schritt für die Erarbeitung erfolgreicher Zukunftsstrategien und konkreter Wachstumsinitiativen. Hier setzt das von uns entwickelte Werkzeug **Benchmark Mittelstand** an.

* jeweils (w/m/d)

Warum haben wir **Benchmark Mittelstand** entwickelt

Mittelständische Unternehmen sind eine zentrale Säule der deutschen und europäischen Wirtschaft. Gleichzeitig sehen sich diese aber auch zunehmenden **Herausforderungen** gegenüber. Covid-19, Globalisierung, Klimawandel, Digitalisierung, wachsender Innovationsdruck, steigende Kundenerwartungen, Fachkräftemangel... Mittelständische Unternehmen stehen vor der Aufgabe, auf diese Entwicklungen rechtzeitig die richtigen Antworten zu finden.

Andererseits sind aber auch die **Möglichkeiten** für die Schaffung technologischer Durchbruchinnovationen, die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und die erfolgreiche Erschließung neuer Märkte noch nie so groß gewesen wie heute, alles Kompetenzen, aus denen gerade mittelständische Unternehmen in der Vergangenheit ihre Wettbewerbs- & Wachstumsstärke gewonnen haben.

Unternehmensinhaber*, **Geschäftsführer*** und **Manager*** sind vor diesem Hintergrund mehr denn je gefordert, sich mit der Frage auseinanderzusetzen, wie wettbewerbs- und wachstumsstark die Unternehmen, die sie führen, aktuell immer noch sind.

Zugleich sehen sich aber gerade mittelständische Unternehmen **begrenzten finanziellen und personellen Ressourcen** gegenüber. Das bedeutet, dass sie mehr noch als große Konzernunternehmen gefordert sind, gezielt in solche Strategien und Maßnahmen zu investieren, die tatsächlich einen Unterschied machen und die direkt helfen, die eigenen Wettbewerbsstärken auszubauen.

Benchmark Mittelstand ermöglicht Unternehmen in dieser Hinsicht in kurzer Zeit eine überblicksartige Standortbestimmung:

- Wo stehen wir im Hinblick auf die wichtigsten **Erfolgs- & Wachstumstreiber** heute?
- Wo haben wir noch **Optimierungsbedarf**?
- Und mit welcher **zeitlichen Priorität** sollten wir wichtige Zukunftsthemen angehen?

* jeweils (w/m/d)

Wie funktioniert **Benchmark Mittelstand**

Benchmark Mittelstand fasst die wesentlichen Erfolgs- & Wachstumstreiber von Unternehmen in insgesamt **neun Themenfeldern** zusammen.

Die wesentlichen Erfolgsfaktoren hinter diesen Themenfeldern haben wir mit jeweils **10 typischen Kernaussagen** hinterlegt, die von den bestgeführten Unternehmen im Mittelstand zu einem hohen Prozentsatz erfüllt werden.

Beurteilen Sie jeweils offen und selbstkritisch, wo Ihr eigenes Unternehmen im Hinblick auf diese Faktoren jeweils steht und wo Sie noch Verbesserungspotenziale für die Zukunft sehen.

Wie sollte **Benchmark Mittelstand** verwendet werden

Benchmark Mittelstand ist ein fundiertes **Selbst-Evaluationstool**, das auf den objektiven Erkenntnissen der Erfolgsfaktorenforschung und unserer umfassenden Beratungserfahrung der letzten 30 Jahre beruht und Ihre kritische Selbsteinschätzung unterstützen soll.

Das bedeutet, dass die Anwendung nur dann Sinn macht, wenn Sie die vorgegebenen Aussagen **offen und ehrlich** im Hinblick auf Ihr eigenes Unternehmen überprüfen. Treffen die wichtigsten Erfolgs- & Wachstumstreiber der Champions auch auf Ihr Unternehmen zu? Wo gibt es gegebenenfalls noch Optimierungsbedarf? Und wann ist es der richtige Zeitpunkt, entsprechende Verbesserungsinitiativen hierzu zu starten?

Benchmark Mittelstand sollte dabei immer der Anfangs- nie der Endpunkt einer zukunftsorientierten Selbstevaluation sein. Diskutieren und vergleichen Sie Ihre Selbstevaluations-Ergebnisse mit denen Ihren Kollegen*. Und teilen Sie diese gerne mit uns.

Wir unterstützen Sie dabei, die von Ihnen selbst als erfolgs- und zukunfts-kritisch eingestuften Themen näher zu analysieren und gezielte Maßnahmen zu entwickeln, um Ihre Zukunftsfitness in den von Ihnen als handlungskritisch angesehenen Bereichen zu erhöhen.

* jeweils (w/m/d)

Welche Themenfelder adressiert Benchmark Mittelstand

Benchmark Mittelstand fasst die zentralen Erfolgs- & Wachstumstreiber der mittelständischen Champions in insgesamt **neun Themenfeldern** zusammen.

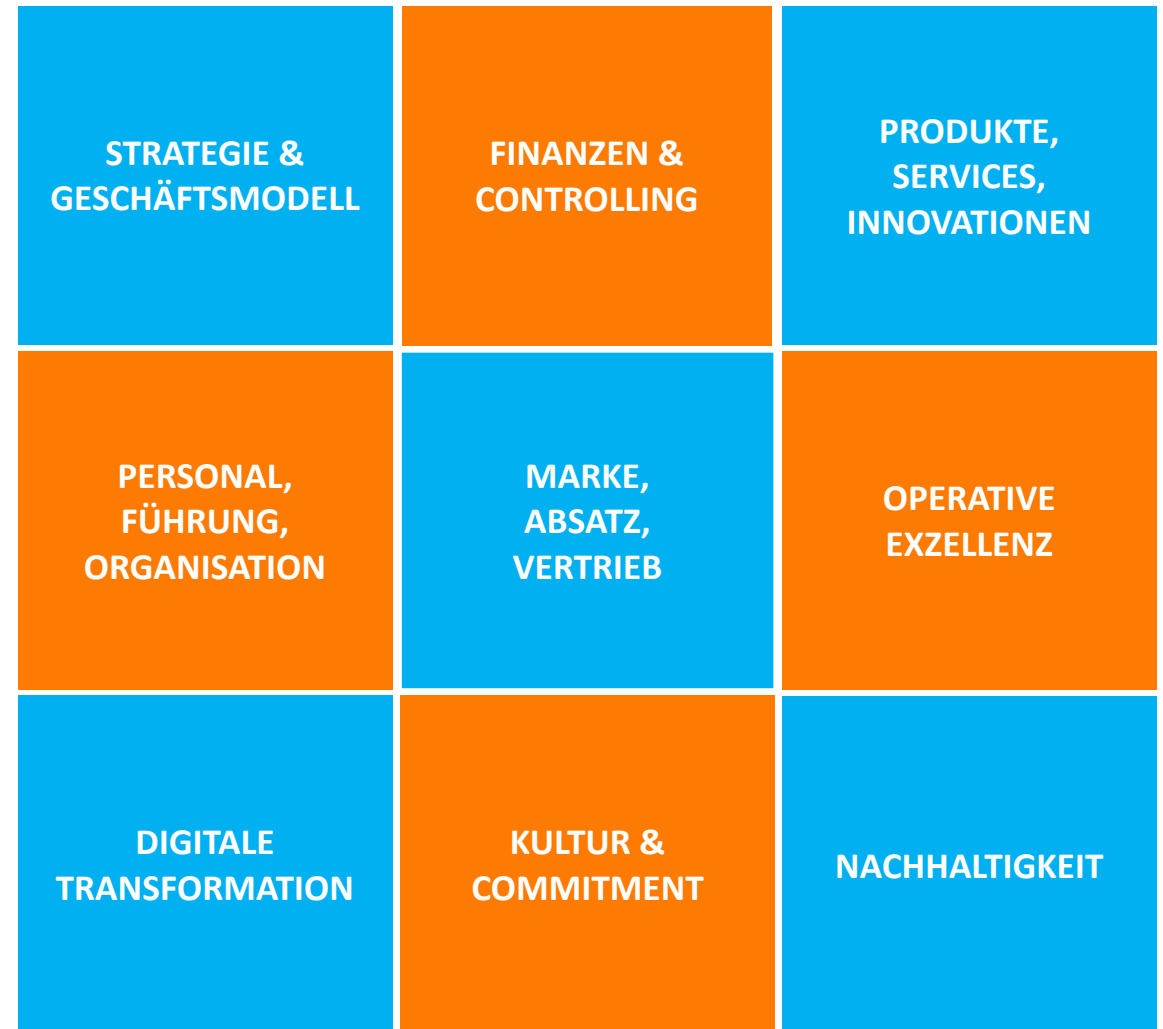
Diese reichen von der **strategischen, operativen und finanziellen Exzellenz** über **Produkt-, Marken-, Innovations- und Führungsthemen** bis hin zu einer erfolgreichen **Digitalisierung**, der Schaffung einer sinnstiftenden **Unternehmenskultur** und den wachsenden Anforderungen an eine **nachhaltig ausgerichtete Unternehmens- & Produktpolitik**.

Kein Mittelstands-Champion erfüllt all diese Kriterien zu 100%.

Die Besten der Besten erreichen jedoch in all diesen Feldern meist überdurchschnittlich **hohe Erfüllungsgrade**.

Messen Sie sich mit diesen Besten. Überprüfen Sie Ihre Zukunftsfitness.

Und nehmen Sie die Evaluationsergebnisse zum Anlass, gezielt die Wettbewerbs- & Wachstumsstärke Ihres Unternehmens zu stärken!



* jeweils (w/m/d)

1. Strategie & Geschäftsmodell

Unternehmen müssen immer schneller auf **veränderte Rahmenbedingungen und Wettbewerbsherausforderungen** reagieren.

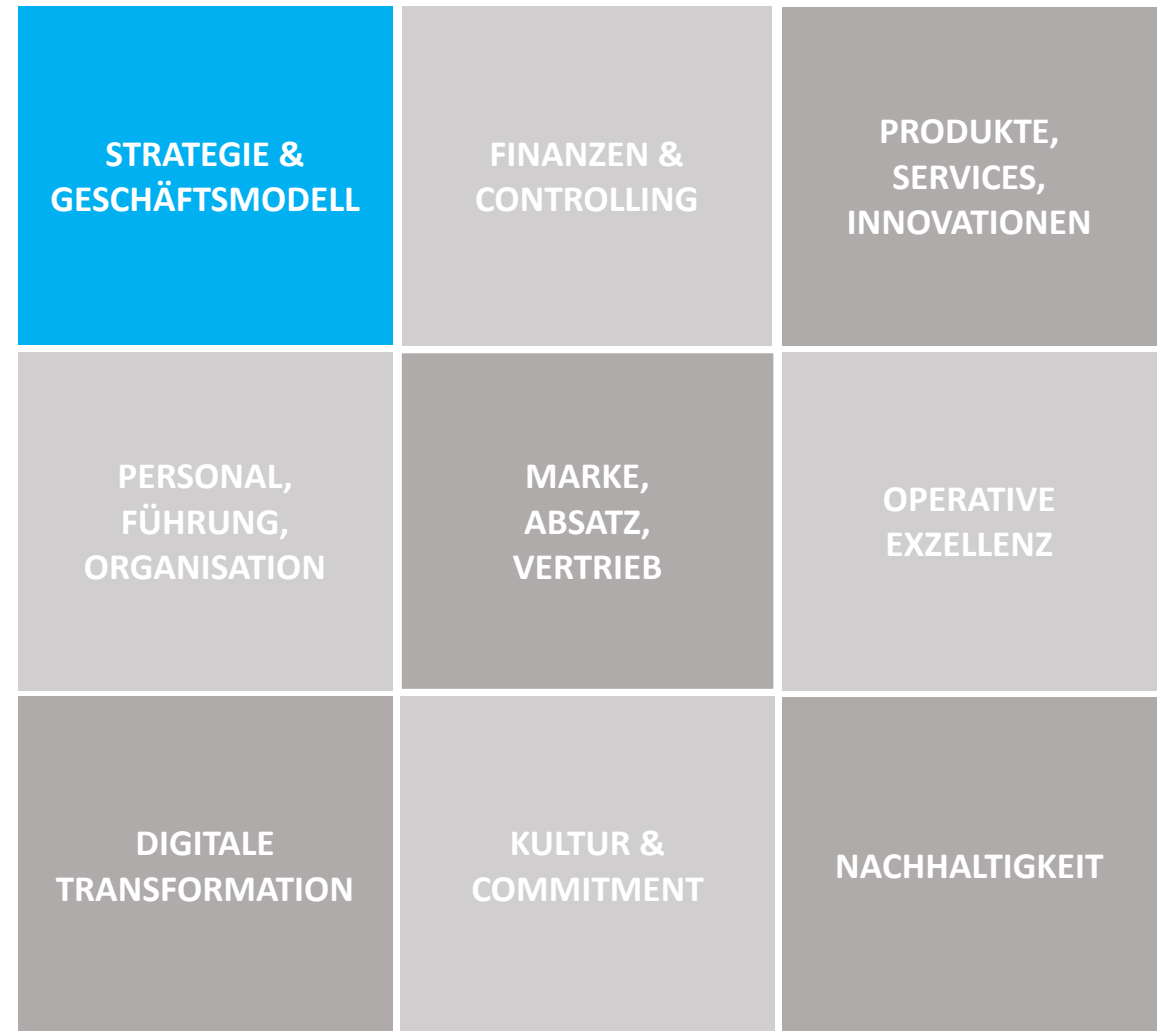
Um sich inmitten dieser wachsenden Dynamik nicht zu verzetteln, benötigen Unternehmen eine **klar definierte Strategie und ein eindeutiges Geschäftsmodell**.

Nur so können sie die eigene Unternehmensvision erfolgreich umsetzen und die selbst gesteckten Wachstumsziele erreichen.

Die Erfolgsfaktoren-Forschung zeigt, dass die Besten der Besten im Mittelstand neben einer hohen operativen Exzellenz meist auch über ein **starkes Geschäftsmodell**, eindeutige **strategische Wettbewerbsvorteile** und eine klare **Entwicklungsstrategie** für die Zukunft verfügen.

Beurteilen Sie anhand der folgenden 10 typischen Aussagen, wie ausgeprägt Ihre eigenen strategischen Stärken im Vergleich zu den Besten sind.

* jeweils (w/m/d)



Strategie & Geschäftsmodell

	Status					Optimierungsbedarf			Zeit		
	Trifft überhaupt nicht zu 0	Trifft eher nicht zu 1	Trifft teilweise zu 2	Trifft eher zu 3	Trifft voll & ganz zu 4	Hoch 1	Mittel 2	Niedrig 3	Kurzfristig 1	Mittelfristig 2	Langfristig 3
1 Unser Unternehmen hat eine ausformulierte Unternehmensmission & -vision: Wir wissen, wofür wir als Unternehmen stehen und wohin wir uns zukünftig entwickeln wollen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2 Wir besitzen ein eindeutiges Verständnis davon, wie wir Kundennutzen schaffen und wie dieser Kundennutzen in Form von Umsätzen und Gewinn nachhaltig an unser Unternehmen zurückfließt (Geschäftsmodell).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 Unser Unternehmen zählt zu den Vorreitern der Entwicklung erfolgreicher und innovativer Geschäftsmodelle in unserer Branche.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4 Unser Geschäftsmodell beruht auf klar definierten differenzierenden Kernkompetenzen, die uns nachhaltige Wettbewerbsvorteile bieten und die auch in Zukunft eine hohe Relevanz besitzen werden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5 Wir haben eine nach vorne gerichtete Unternehmensstrategie, die beschreibt, wie wir uns weiterentwickeln müssen, um auch in den kommenden Jahren Wachstum und Ertrag zu sichern.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* jeweils (w/m/d)

Strategie & Geschäftsmodell

- 6

Wir analysieren regelmäßig wichtige Entwicklungen, Trends & Herausforderungen in unseren Märkten, überprüfen Strategie und Geschäftsmodell und passen diese an die neuen Begebenheiten an.
- 7

Wir binden Mitarbeiter* aus unterschiedlichen Aufgabenbereichen konsequent in die Entwicklung (bzw. Weiterentwicklung) unserer Unternehmensstrategie und unseres Geschäftsmodells ein.
- 8

Geschäftsleitung und Führungskräfte* sorgen kontinuierlich dafür, dass alle Mitarbeiter* die Unternehmensstrategie kennen und verinnerlichen, damit sie maximal zum Unternehmenserfolg beitragen können.
- 9

Strategien sind in unserem Unternehmen nicht nur totes Papier. Sie bilden vielmehr die Grundlage für die Ableitung konkreter Maßnahmenpläne und verbindlicher zeitlicher Roadmaps.
- 10

Bei der Weiterentwicklung und Umsetzung unserer Strategie und unseres Geschäftsmodells arbeiten wir mit externen Partnern* und Experten* zusammen, um uns zu „challengen“ und die Resultate zu optimieren.

Status	Optimierungsbedarf	Zeit
Trifft überhaupt nicht zu 0 Trifft eher nicht zu 1 Trifft teilweise zu 2 Trifft eher zu 3 Trifft voll & ganz zu 4	Hoch 1 Mittel 2 Niedrig 3	Kurzfristig 1 Mittelfristig 2 Langfristig 3
○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○	○ ○ ○
○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○	○ ○ ○
○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○	○ ○ ○
○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○	○ ○ ○
○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○	○ ○ ○

* jeweils (w/m/d)

2. Finanzen & Controlling

Um nachhaltig wachsen zu können und wichtige Zukunfts-
investitionen tätigen zu können, brauchen Unternehmen heute mehr
denn je ein **funktionierendes Finanz- & Controlling-Management**.

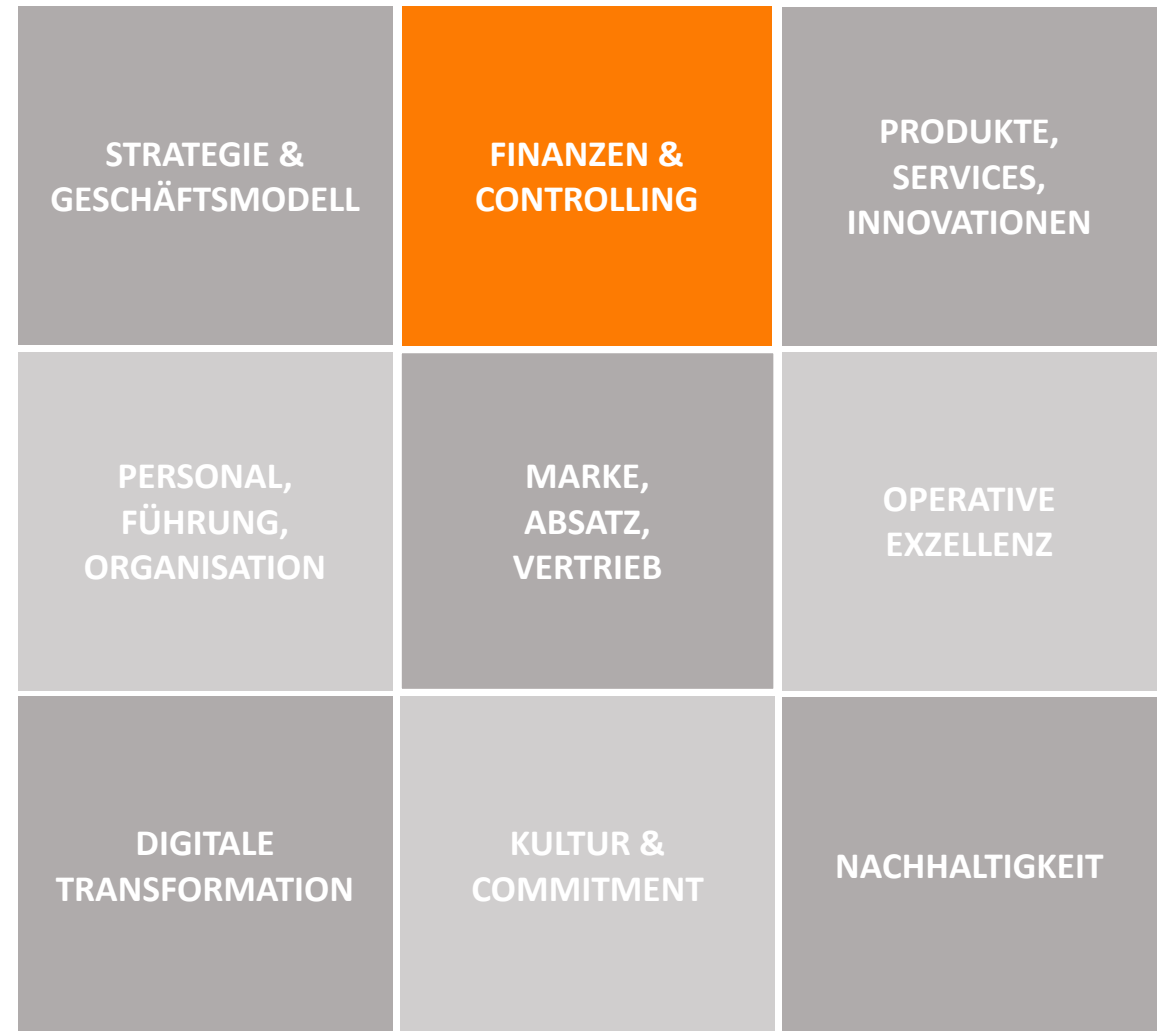
Mittelständische Unternehmen haben sich in der Vergangenheit
meist durch eine **hohe Eigenkapitalquote** ausgezeichnet.

Die Besten der Besten nutzen heute jedoch vermehrt auch
innovative Finanzinstrumente, um ihre zukünftige Entwicklung
voranzutreiben. Damit steigt die Notwendigkeit **eines professionellen
Finanz-Know-hows & Finanz-Managements** in Unternehmen.

Auch die **Anforderungen an das Controlling** sind deutlich gestiegen.
Die Besten der Besten im Mittelstand haben neben der klassischen
Buchhaltung meist längst ein modernes Controlling implementiert,
das nicht nur kurzfristige Kennzahlen in den Blick nimmt, sondern
ebenso strategische Erfolgsfaktoren und die langfristige
Wertentwicklung des Unternehmens.

**Beurteilen Sie selbst, wie Sie in diesem Bereich heute dastehen und
was Sie dort gegebenenfalls noch verbessern können.**

* jeweils (w/m/d)



Finanzen & Controlling

	Status					Optimierungsbedarf			Zeit				
	Trifft überhaupt nicht zu 0	Trifft eher nicht zu 1	Trifft teilweise zu 2	Trifft eher zu 3	Trifft voll & ganz zu 4	Hoch 1	Mittel 2	Niedrig 3	Kurzfristig 1	Mittelfristig 2	Langfristig 3		
1	Unser Unternehmen verfügt über eine gesunde Finanzstruktur, die es uns ermöglicht, nachhaltiges Wachstum zu finanzieren, wichtige Zukunfts-investitionen zu tätigen und auch kritischere Phasen zu meistern.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Wir reinvestieren realisierte Gewinne regelmäßig in unser Unternehmen, um unsere Marktposition nachhaltig zu sichern, neue Wachstumsfelder zu erschließen und so für die Zukunft gewappnet zu sein.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Neben klassischen Formen der EK- & FK-Finanzierung nutzen wir gezielt innovative Instrumente wie Beteiligungskapital, Anleihen, Genussscheine, Wandeldarlehen, Leasing etc., um unsere Entwicklung voranzutreiben.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Wir planen und kontrollieren unsere Liquidität kontinuierlich, managen unsere Risiken aktiv und verfügen über ausreichend Möglichkeiten, etwaige Liquiditätsengpässe bei Bedarf schnell und flexibel auszugleichen.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Wir verfügen über qualifiziertes Finanz- & Controlling Know-how im Haus und in der Geschäftsführung. In wichtigen rechtlichen, steuerlichen & finanziellen Fragen lassen wir uns regelmäßig von Fachexperten* beraten.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* jeweils (w/m/d)

Finanzen & Controlling

- 6** Wir nutzen moderne ERP-, Controlling- und sonstige Software- & Informationslösungen, um unser Unternehmen effektiv zu steuern und einen effizienten Ressourceneinsatz zu ermöglichen.
- 7** Wir haben messbare Zielgrößen (KPIs) und Budgets definiert, über die wir unser Unternehmen steuern. Unsere Planungs-, Steuerungs- und Kontrollprozesse sind eindeutig definiert und allen Mitarbeitern* bekannt.
- 8** Zusätzlich zu Umsätzen & Erträgen, Aufwänden, Deckungsbeiträgen und Gewinn haben wir auch die nachhaltige Wertentwicklung unseres Unternehmens im Blick (DCF, EVA, CFROI, IRR etc.).
- 9** Neben kurzfristigen operativen Zielen werden auch wichtige mittel- und längerfristige strategische Vorhaben von uns in messbare Ziele überführt und regelmäßig auf ihren Zielerreichungsgrad überprüft.
- 10** Wir pflegen ein vertrauensvolles Verhältnis zu unseren Gesellschaftern* & Kapitalgebern*. Wir informieren diese regelmäßig, systematisch & proaktiv über wichtige Kennzahlen und die Wertentwicklung des Unternehmens.

Status					Optimierungsbedarf			Zeit		
Trifft überhaupt nicht zu	Trifft eher nicht zu	Trifft teilweise zu	Trifft eher zu	Trifft voll & ganz zu	Hoch	Mittel	Niedrig	Kurzfristig	Mittelfristig	Langfristig
0	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* jeweils (w/m/d)

3. Produkte, Services, Innovationen

Die Besten der Besten unter den deutschen und europäischen Mittelstands-Unternehmen sind, was die von ihnen angebotenen **Produkte & Services** anbetrifft, nicht nur oft **Qualitätsführer**.

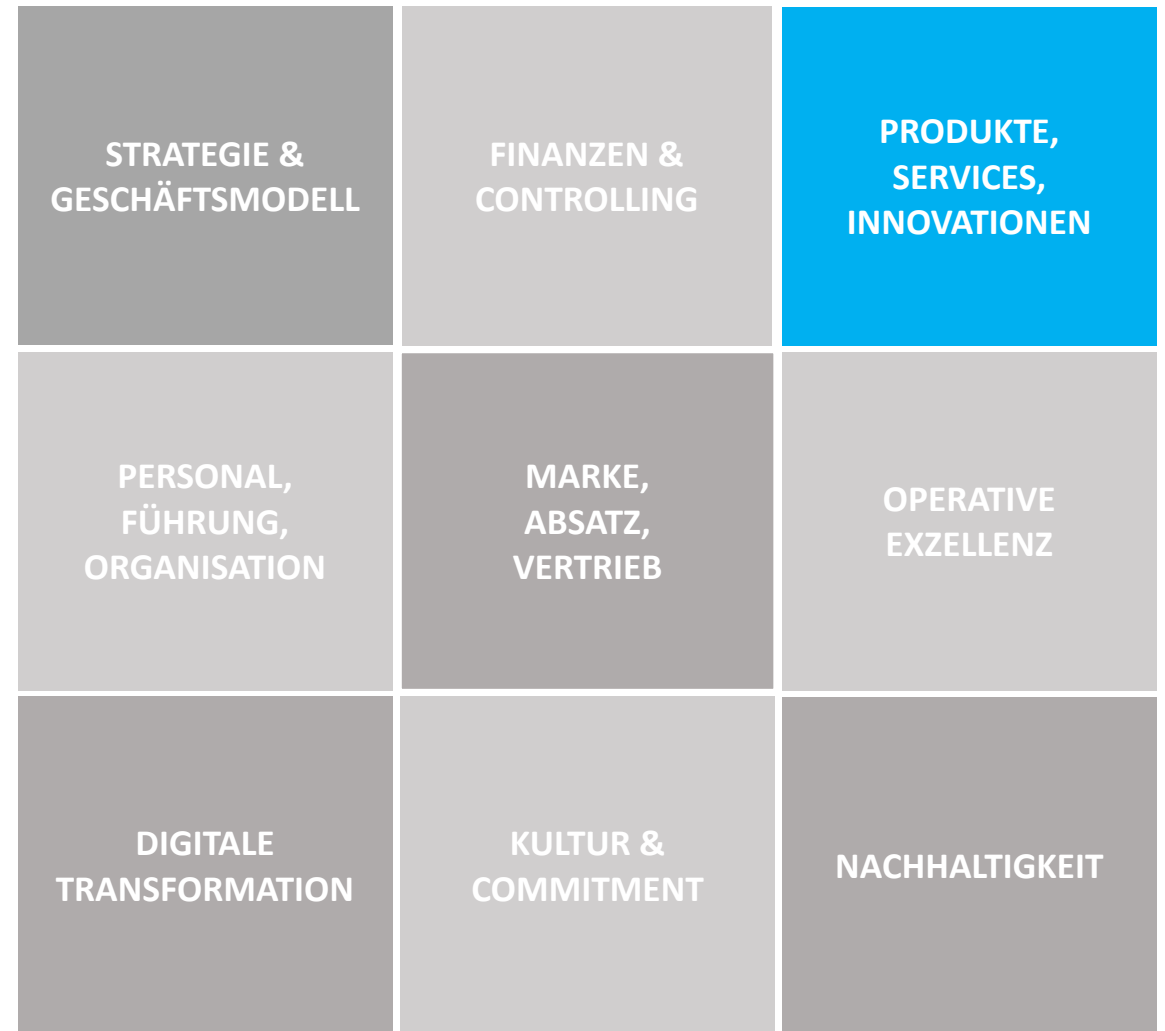
Sie besitzen meist auch eine überdurchschnittlich hohe Innovationsfreudigkeit.

Diese **Innovationsfreudigkeit**, die in der Firmengeschichte nicht selten eng mit der Persönlichkeit der Unternehmensgründer* verbunden war, zu halten und systematisch weiterzuentwickeln, stellt eine zentrale Herausforderung für viele mittelständische Unternehmen dar.

Neue Angebote zu entwickeln, die wirklich einen **Kundennutzen** besitzen, **effiziente Sortimente** aufzustellen und diese **erfolgreich in den Markt zu tragen**, ist eine Aufgabe, vor der alle mittelständischen Unternehmen stehen.

Messen Sie sich auch in dieser Hinsicht mit den Besten. Und stellen Sie in wenigen Minuten fest, was Sie in diesem wichtigen Feld zukünftig besser machen können.

* jeweils (w/m/d)



Produkte, Services, Innovationen

	Status					Optimierungsbedarf			Zeit					
	Trifft überhaupt nicht zu 0	Trifft eher nicht zu 1	Trifft teilweise zu 2	Trifft eher zu 3	Trifft voll & ganz zu 4	Hoch 1	Mittel 2	Niedrig 3	Kurzfristig 1	Mittelfristig 2	Langfristig 3			
1	Unser Unternehmen bietet am Markt ein Portfolio an Produkten und/oder Dienstleistungen an, die eine hohe Marktrelevanz und einen hohen Kundennutzen besitzen.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Das Angebot unseres Unternehmens unterscheidet sich vom Wettbewerb durch eindeutige Differenzierungsmerkmale, schwer imitierbare Leistungsvorteile und/oder messbare Kostenvorteile.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Unser Sortiment ist klar strukturiert, bietet Kunden* eine optimale Orientierung und deckt die wichtigsten Kern-Marktsegmente in effizienter Weise ab.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Wir optimieren unser Marktangebot kontinuierlich, überprüfen und erneuern dieses regelmäßig und passen es an veränderte Marktbedingungen an.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Wir scannen den Markt systematisch und breit, um relevante Marktentwicklung frühzeitig zu erkennen und rechtzeitig Innovationen am Markt platzieren zu können.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* jeweils (w/m/d)

Produkte, Services, Innovationen

	Status					Optimierungsbedarf			Zeit						
	Trifft überhaupt nicht zu 0	Trifft eher nicht zu 1	Trifft teilweise zu 2	Trifft eher zu 3	Trifft voll & ganz zu 4	Hoch 1	Mittel 2	Niedrig 3	Kurzfristig 1	Mittelfristig 2	Langfristig 3				
6	Wir verfügen über herausragende Innovationskompetenzen (z.B. technologisches Know-how, F+E, Patente) und sind dadurch unseren Wettbewerbern gegenüber deutlich überlegen.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
7	Wir besitzen ein klar formuliertes Innovationsleitbild, eine nachhaltige Innovationsstrategie sowie erprobte Innovationsprozesse, um gezielt relevante und überzeugende Angebotslösungen zu entwickeln.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8	Zur Sicherstellung eines hohen Innovationserfolges analysieren und bewerten wir die Potenziale unserer Innovationen systematisch anhand klarer Kriterien und kontrollieren regelmäßig deren Fortschritt.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9	Unsere Innovationsstärke beruht auf einer Unternehmenskultur, in der die Veränderung und stetige Verbesserung unserer eigenen Prozesse und Produkte als etwas Selbstverständliches und Positives gesehen wird.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10	Wir werden in unseren Märkten (Marktsegmenten) von unseren Kunden* als ein „Innovationsführer“ wahrgenommen und begreifen dies als wesentliche Grundlage unseres Erfolges.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* jeweils (w/m/d)

4. Personal, Führung, Organisation

In Zeiten des erhöhten Fachkräftemangels, Wettbewerbs- und Innovationsdrucks gehören **qualifizierte und motivierte Mitarbeiter*** zu den wichtigsten Ressourcen, die ein Unternehmen besitzen kann.

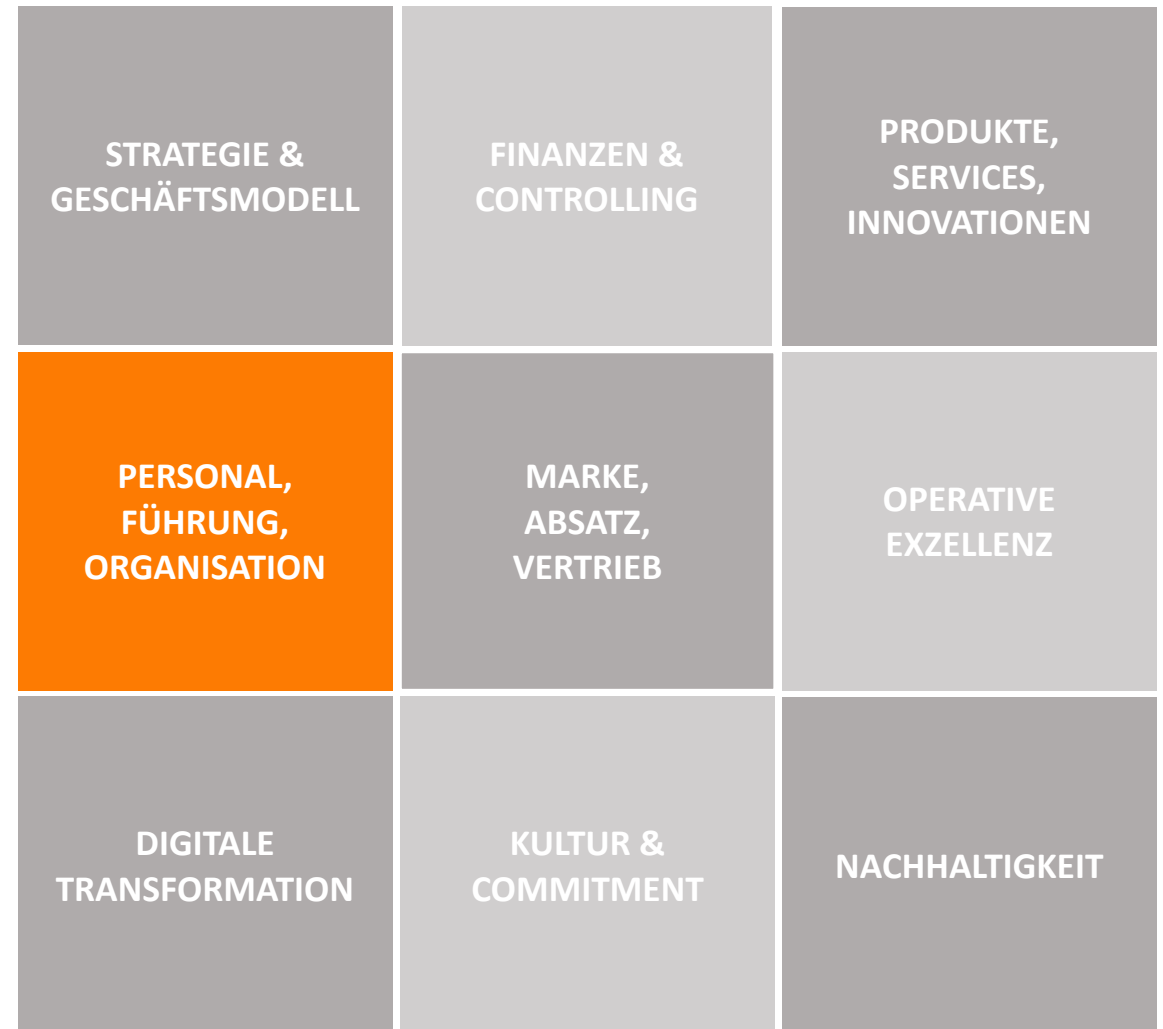
Führenden Unternehmen im Mittelstand weisen nicht nur meist eine hohe **Mitarbeiterbindung** auf. Sie investieren auch nachhaltig in Themen wie **Recruiting, Personalentwicklung, Führung** und das **Employer Branding**.

Darüber hinaus ruhen sie sich nicht einfach auf althergebrachten Strukturen und Prozessen aus. Um neuen Anforderungen wie der zunehmenden Internationalisierung, dem steigenden Innovationsdruck und der Digitalisierung zu begegnen, **entwickeln sie ihre Organisation** vielmehr kontinuierlich und systematisch weiter.

Analysieren Sie offen und ehrlich, wie Sie aktuell in den Bereichen Mitarbeiterorientierung, Führung und Organisation (Strukturen, Prozesse) dastehen.

Und stellen Sie in wenigen Minuten fest, wo Sie sich gegebenenfalls noch weiterentwickeln müssen.

* jeweils (w/m/d)



Personal, Führung, Organisation

	Status					Optimierungsbedarf			Zeit			
	Trifft überhaupt nicht zu 0	Trifft eher nicht zu 1	Trifft teilweise zu 2	Trifft eher zu 3	Trifft voll & ganz zu 4	Hoch 1	Mittel 2	Niedrig 3	Kurzfristig 1	Mittelfristig 2	Langfristig 3	
1	Unsere Mitarbeiter* sind für uns das wichtigste Kapital unseres Unternehmens. Diese langfristig an uns zu binden und ihnen bei uns attraktive Entwicklungsmöglichkeiten zu bieten, gehört zu unseren zentralen Zielen.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Alle wesentlichen Funktionsbereiche unseres Unternehmens sind den Aufgaben entsprechend durch fachlich kompetente und führungsstarke Mitarbeiter* besetzt.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Unsere Personalabteilung setzt ein modernes Personalmanagement um und kümmert sich neben der Personalverwaltung proaktiv um Themen wie Personalmarketing, Recruiting, Motivation und Entwicklung.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Um das Recruiting zu vereinfachen und Mitarbeiter* an uns zu binden, arbeiten wir aktiv an unserer Arbeitgebermarke. Wir wissen, was uns als Arbeitgeber attraktiv macht, und nutzen das für unser Employer Branding.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Unser Unternehmen genießt im Personalmarkt eine hohe Attraktivität. Wir finden daher leicht neue Talente*, bzw. Fach- und Führungskräfte*.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* jeweils (w/m/d)

Personal, Führung, Organisation

- 6

Wir qualifizieren unsere Mitarbeiter* kontinuierlich und nachhaltig im Rahmen attraktiver Personalentwicklungsprogramme, die auch individuelle Entwicklungsbedürfnisse berücksichtigen.
- 7

Auch Führung ist eine Kompetenz, die erworben und eingeübt werden muss. Wir bereiten daher zukünftige Manager* gezielt auf Führungsaufgaben vor und ermöglichen diesen so, zu guten Chefs* zu werden.
- 8

Unsere Führungskräfte* informieren die Mitarbeiter* systematisch über Ziele, strategische Initiativen sowie Maßnahmen und geben regelmäßig zu den erbrachten Leistungen eines jeden Mitarbeiters* Feedback.
- 9

Unser Unternehmen verfügt über flache Hierarchien und kurze Wege. Wichtige Entscheidungen werden bei uns i.d.R. deutlich schneller getroffen und umgesetzt als in großen Konzernen.
- 10

Um neuen Anforderungen wie der zunehmenden Internationalisierung, dem steigenden Innovationsdruck und der Digitalisierung zu begegnen, entwickeln wir unsere Organisation kontinuierlich und systematisch weiter.

Status	Optimierungsbedarf	Zeit								
Trifft überhaupt nicht zu 0	Trifft eher nicht zu 1	Trifft teilweise zu 2	Trifft eher zu 3	Trifft voll & ganz zu 4	Hoch 1	Mittel 2	Niedrig 3	Kurzfristig 1	Mittelfristig 2	Langfristig 3
○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

* jeweils (w/m/d)

5. Marke, Absatz, Vertrieb

In vielen mittelständischen Unternehmen ist der **Name der Eigentümer-/Gründerfamilie** immer noch ein wesentlicher Vertrauensanker, Qualitätsgarant und damit Wachstumstreiber („dafür stehen wir mit unserem guten Namen“).

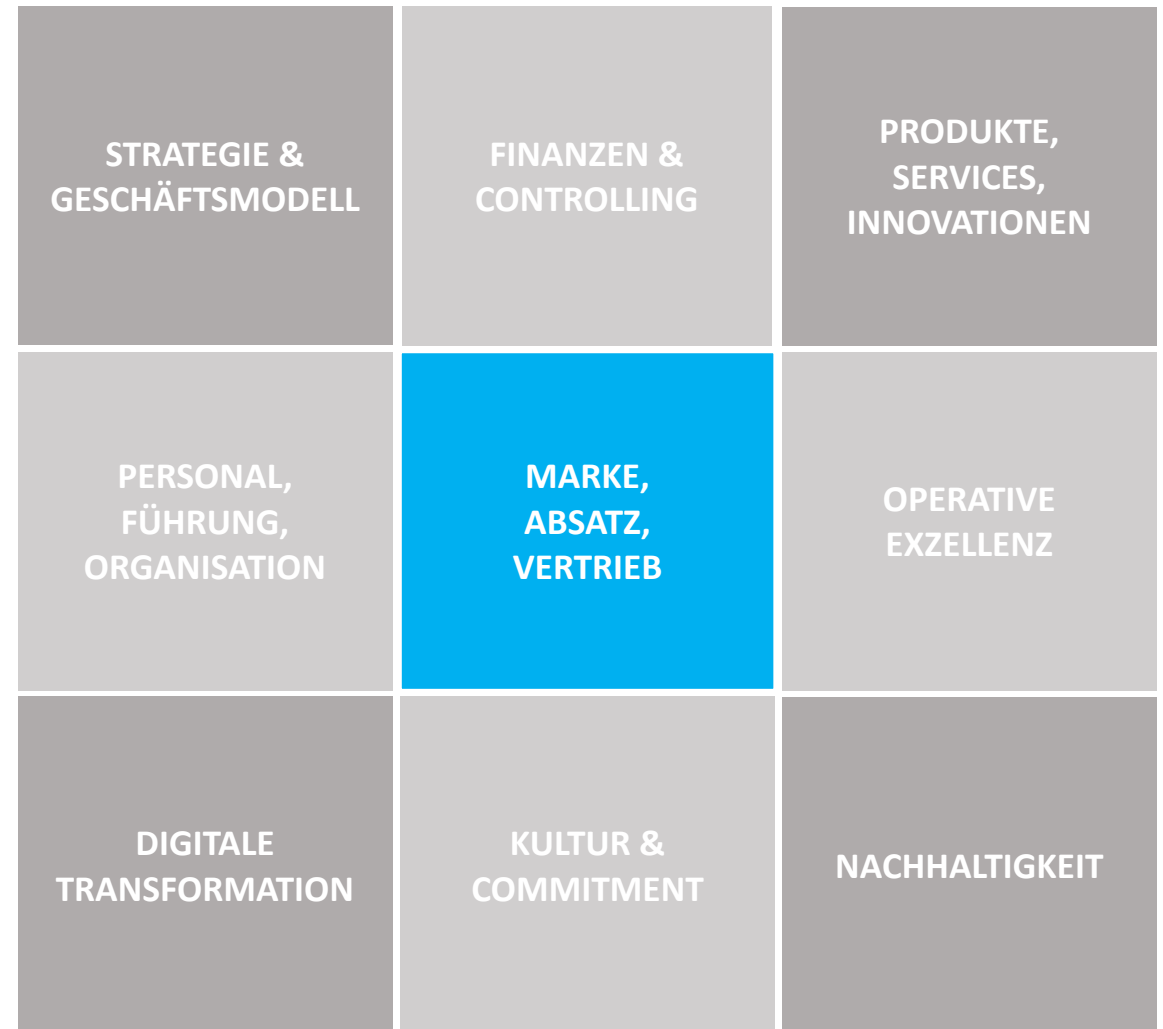
Erfolgreiche Mittelständler haben allerdings längst schon verstanden, dass das alleine heute nicht mehr ausreicht, um anhaltende Markterfolge zu realisieren.

Sie **investieren** deshalb nachhaltig in ihre **Marke**, **modernisieren** diese wo notwendig und schaffen über **ein integriertes Omni-Channel-Marketing** ganzheitliche **Markenerlebnisse**.

Darüber hinaus setzen sie auf **starke Handelspartnerschaften**, untersuchen regelmäßig die **Wünsche, Erwartungen und Zufriedenheit ihrer Kunden*** und steuern mithilfe **moderner Tools** die Aktivitäten ihres Vertriebs.

Wie fit sind Sie in Sachen Markenführung, Marketing & Vertrieb aufgestellt? Und was können Sie in dieser Hinsicht vielleicht noch von den Besten der Besten lernen?

* jeweils (w/m/d)



Marke, Absatz, Vertrieb

	Status					Optimierungsbedarf			Zeit				
	Trifft überhaupt nicht zu 0	Trifft eher nicht zu 1	Trifft teilweise zu 2	Trifft eher zu 3	Trifft voll & ganz zu 4	Hoch 1	Mittel 2	Niedrig 3	Kurzfristig 1	Mittelfristig 2	Langfristig 3		
1	Wir sind ein unverwechselbares und führendes Markenunternehmen in unserer Branche. Unser Name steht für Qualität und das Vertrauen, welches unsere Kunden* in uns stecken.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Die konsequente Führung und Entwicklung unserer Marke(n) (z.B. Unternehmensmarke(n), Produktmarke(n), Handelsmarke(n)) ist in unserem Unternehmen immer „Chefsache“.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Unser Markenleitbild hat einen großen Einfluss auf das Tagesgeschäft und steuert maßgeblich alle marktorientierten Aktivitäten mit (z.B. Produkt-/Serviceentwicklung, Vertrieb, Kommunikation).					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Alle Mitarbeiter* in unserem Unternehmen haben ein einheitliches Bild davon, wofür wir als Unternehmen stehen und tragen dieses Markenbild verantwortungsvoll nach außen.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Unsere Markenprodukte und -dienstleistungen besitzen gegenüber unseren Mitbewerbern klar benennbare Vorteile, die von unseren Kunden* entsprechend geschätzt und honoriert werden.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* jeweils (w/m/d)

Marke, Absatz, Vertrieb

	Status					Optimierungsbedarf			Zeit				
	Trifft überhaupt nicht zu 0	Trifft eher nicht zu 1	Trifft teilweise zu 2	Trifft eher zu 3	Trifft voll & ganz zu 4	Hoch 1	Mittel 2	Niedrig 3	Kurzfristig 1	Mittelfristig 2	Langfristig 3		
6	Neben den Produkten und Dienstleistungen, die wir anbieten, sind die Beziehungen zu unseren Kunden* und Vertriebspartnern* wesentliche Werttreiber unseres Unternehmens.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7	Wir untersuchen regelmäßig die Wünsche, Erwartungen und Zufriedenheit unserer Kunden* und nutzen diese Erkenntnisse konsequent im Rahmen der Weiterentwicklung und Führung unseres Marktangebotes.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8	Wir unternehmen umfangreiche Anstrengungen, um unseren Kunden* über alle Kommunikations- und Absatzkanäle hinweg ein überzeugendes und konsistentes Markenerlebnis zu bieten.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9	Wir erleichtern und steuern unsere Marken-, Absatz- & Vertriebsaktivitäten unter Einsatz moderner Software-Tools und nutzen moderne CRM-Systeme für ein qualifiziertes Lead-Management.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10	Durch ein zeitgemäßes Marketing- & Vertriebscontrolling stellen wir eine möglichst hohe Effizienz des Mitteleinsatzes im Marketing-, Kommunikations- und Vertriebsbereich sicher.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* jeweils (w/m/d)

6. Operative Exzellenz

Marktfähige Strategien, eine gesunde Finanzstruktur, die richtigen Mitarbeiter*, starke Marken/Produkte und schlagkräftige Absatzaktivitäten sind wichtig. Diese allein machen aber ein Unternehmen noch nicht erfolgreich.

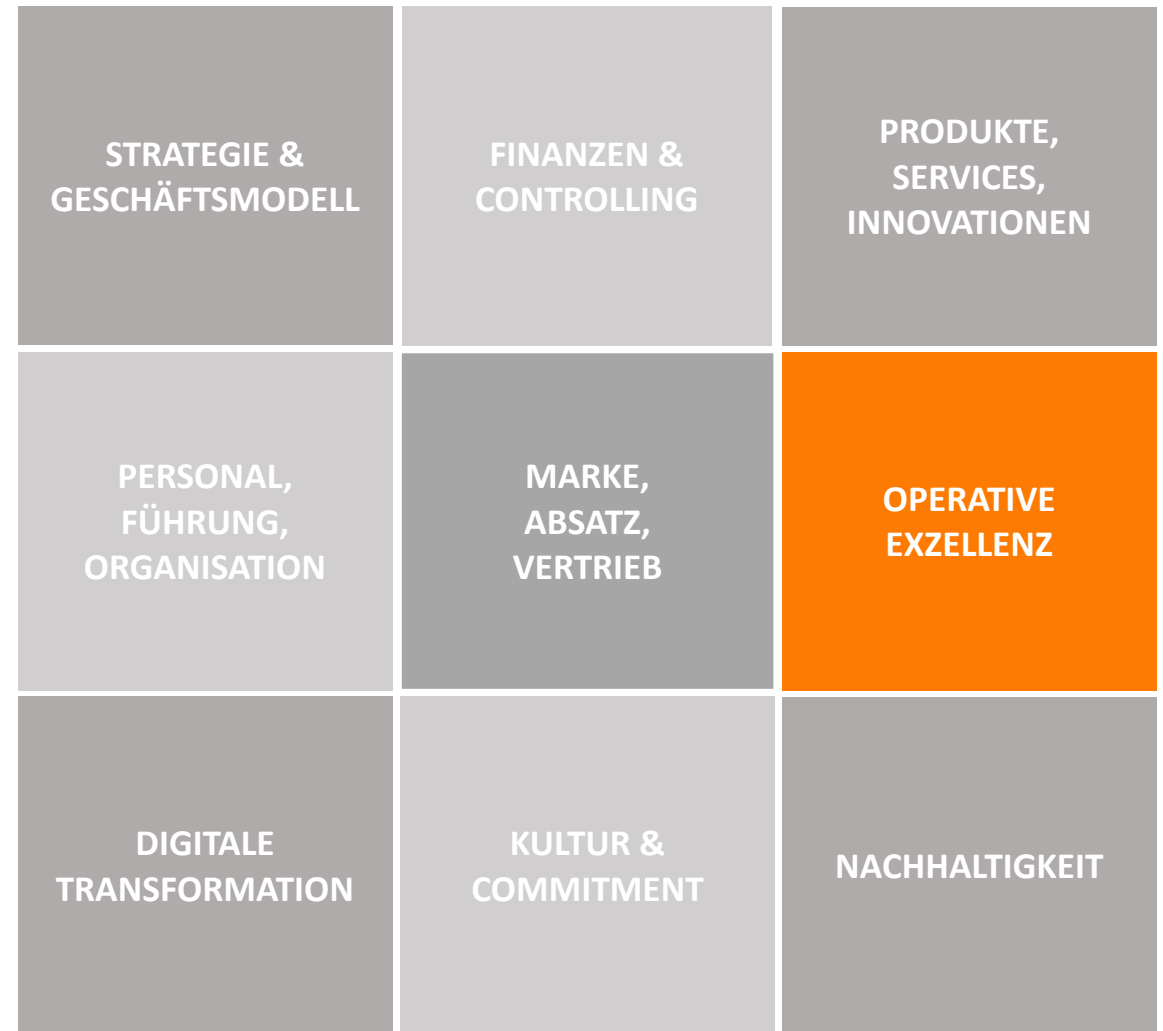
Nur wer auch die eigenen **Prozesse effizient managt** und die eigene **Produktivität** und **Angebotsstärke** laufend verbessert, setzt sich im Wettbewerb dauerhaft durch.

Erfolgreiche Unternehmen legen deshalb nicht nur Wert auf **höchste Exzellenz** in der Ausgestaltung ihrer **Wertschöpfungskette**, sprich Entwicklungs-, Einkaufs-, Fertigungs-, Logistik- und Absatzprozesse. Sie **überprüfen deren Effektivität und Effizienz** vielmehr auch regelmäßig und sind um **kontinuierliche Verbesserungen** bemüht.

Ein solches KVP-/TQM-Denken zahlt sich aus!

Wie exzellent ist Ihr Unternehmen im Vergleich dazu operativ aufgestellt? Benchmarken Sie sich auch in dieser Hinsicht mit den Besten.

* jeweils (w/m/d)



Operative Exzellenz

	Status					Optimierungsbedarf			Zeit			
	Trifft überhaupt nicht zu 0	Trifft eher nicht zu 1	Trifft teilweise zu 2	Trifft eher zu 3	Trifft voll & ganz zu 4	Hoch 1	Mittel 2	Niedrig 3	Kurzfristig 1	Mittelfristig 2	Langfristig 3	
1	Alle Funktionsbereiche in unserem Unternehmen sind auf eine hohe operative Leistungsfähigkeit und einen möglichst effizienten Mitteleinsatz ausgerichtet.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Wir kennen unsere Wertschöpfungskette genau und sind permanent darum bemüht, deren zentralen Teilbereiche (Entwicklung, Einkauf, Fertigung, Logistik, Absatz etc.) zu optimieren.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Wir fördern gezielt die reibungslose und fachübergreifende Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Unternehmensbereichen, damit am Ende ein optimales Gesamtergebnis dabei herauskommt.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Wir setzen in unserem Unternehmen durchgängig klare Prioritäten und überprüfen permanent, welche unnötigen Dinge wir weglassen können, aber auch erneuern bzw. hinzufügen müssen.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Wir messen kontinuierlich die Verbesserungen unserer operativen Tätigkeiten anhand definierter Kennzahlen (z.B. zur Messung der Produktivität, der Qualität, des Lieferservices etc.).					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* jeweils (w/m/d)

Operative Exzellenz

- 6

In unserem Unternehmen herrscht eine hohe Bereitschaft, sich immer wieder zu hinterfragen, Prozesse kontinuierlich zu verbessern, neuen Ansätzen eine Chance zu geben und neue Wege einzuschlagen.
- 7

Unser Unternehmen besitzt eine offene Feedback- und Fehlerkultur. Durch diese Haltung lernen wir kontinuierlich dazu und verbessern unsere operative Exzellenz.
- 8

Wir verlassen uns bei unseren Optimierungsbestrebungen nicht einfach auf unsere eigenen Einschätzungen, sondern beziehen gezielt Markt-, Kunden- und Expertenfeedbacks in unsere Überlegungen mit ein.
- 9

Wir setzen moderne Datenanalysen (Business Analytics & Intelligence) systematisch zur Verbesserung unserer operativen Tätigkeiten ein (z.B. zur Optimierung des Einkaufs, der Materialwirtschaft, der Durchlaufzeiten etc.).
- 10

Bei notwendigen Optimierungen und Kostenreduzierungen verlieren wir wichtige strategische Grundwerte und Oberziele nicht aus dem Blick.

Status	Optimierungsbedarf	Zeit								
Trifft überhaupt nicht zu 0	Trifft eher nicht zu 1	Trifft teilweise zu 2	Trifft eher zu 3	Trifft voll & ganz zu 4	Hoch 1	Mittel 2	Niedrig 3	Kurzfristig 1	Mittelfristig 2	Langfristig 3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* jeweils (w/m/d)

7. Digitale Transformation

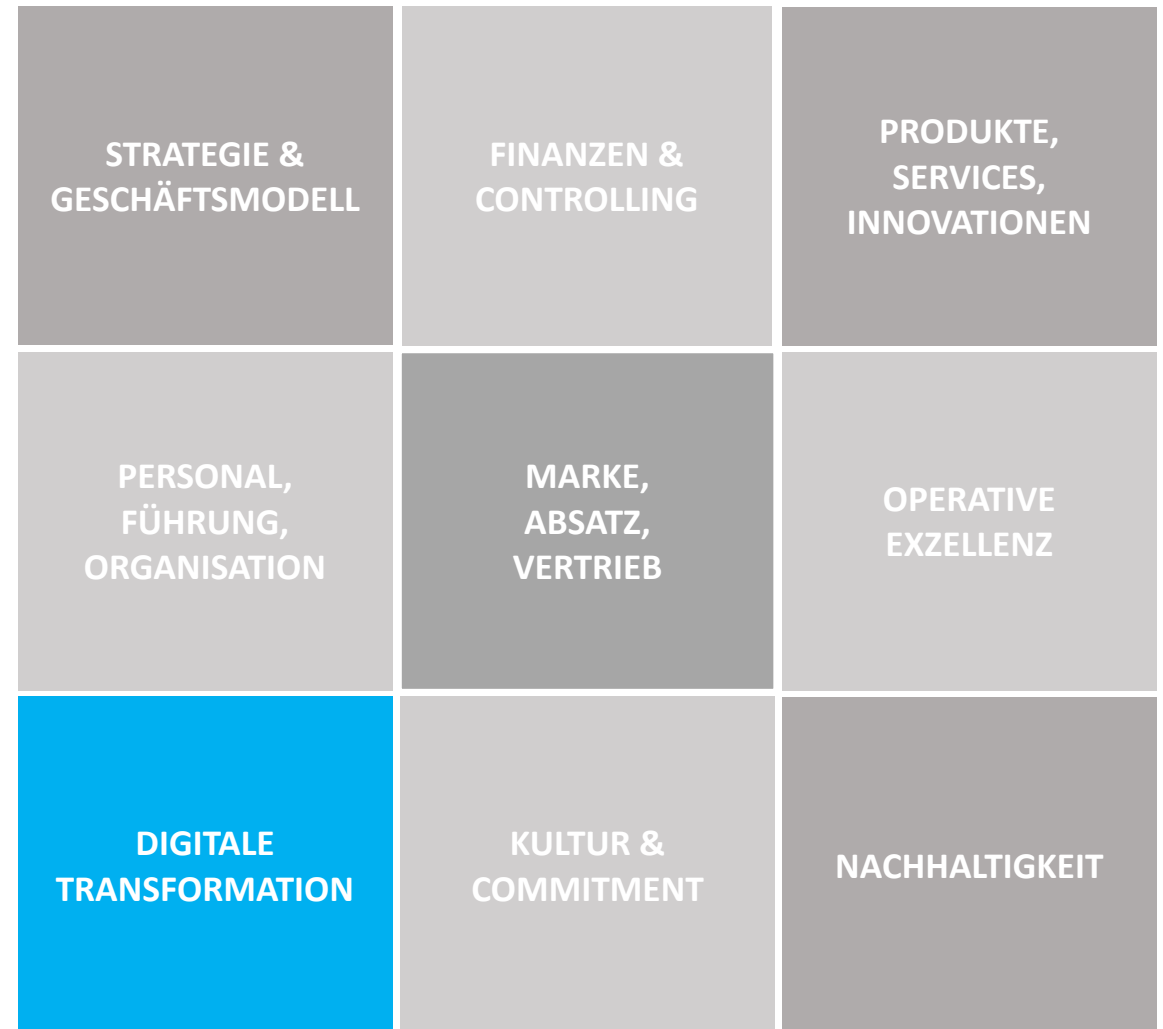
Deutsche und europäische Mittelständler sind in vielerlei Hinsicht führend. Ein Bereich, in dem sie allerdings nach wie vor überdurchschnittlich häufig Defizite aufweisen, ist die **Digitalisierung**.

Auch hier lohnt es sich von den Digitalisierungsführern im Mittelstand zu lernen. Gerade weil diese meist über **begrenzte Finanzmittel** verfügen, um wichtige Digitalisierungsthemen voranzutreiben und sich **weniger Experimente** leisten können als große Konzerne, benötigen sie **ein hohes Maß an strategischer Expertise** und **Agilität** im Umgang mit der digitalen Transformation.

Herausgefordert werden mittelständische Unternehmen durch Themen wie eCommerce, IoT, Industrie 4.0 jedoch genauso wie ihre größeren Schwestern und Brüder. Deshalb benötigen auch sie eine **klare Digitalisierungsstrategie & -roadmap**, mehr **digitale Kompetenz im eigenen Unternehmen** bis hin zu konkreten **digitalen Produkt- und Serviceangeboten**, um in Zukunft am Markt erfolgreich zu sein.

Überprüfen Sie anhand von wenigen Fragen, wo Sie in Punkto Digitalisierung gerade stehen. Und identifizieren Sie wichtige Hebel, die Ihnen für eine gelingende digitale Transformation noch fehlen.

* jeweils (w/m/d)



Digitale Transformation

	Status					Optimierungsbedarf			Zeit						
	Trifft überhaupt nicht zu 0	Trifft eher nicht zu 1	Trifft teilweise zu 2	Trifft eher zu 3	Trifft voll & ganz zu 4	Hoch 1	Mittel 2	Niedrig 3	Kurzfristig 1	Mittelfristig 2	Langfristig 3				
1	Wir haben verstanden, dass die Digitalisierung eine wesentliche Herausforderung für unser Geschäftsmodell darstellt. Deshalb haben wir Digitalisierungsthemen in unsere Unternehmensstrategie integriert.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
2	Wir treiben den digitalen Wandel aktiv voran und sehen darin eine wesentliche Voraussetzung dafür, auch in Zukunft zu den führenden Anbietern am Markt zu gehören.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Wir verfolgen einen ganzheitlichen Digitalisierungsansatz, der alle Bereiche umfasst: Wir verbessern kontinuierlich unsere Prozesse, Produkte, Services, um den Anforderungen der Digitalisierung gerecht zu werden.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Neue digitale Innovationen sind ein wesentlicher Bestandteil unserer Innovationsstrategie und -roadmap. Bei der Umsetzung kooperieren wir mit externen Partnern*, um den Digitalisierungsprozess zu beschleunigen.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Parallel zum herkömmlichen Vertrieb haben wir den Bereich eCommerce erfolgreich für uns erschlossen. Das digitale Marketing ist bei uns zentraler Baustein eines integrierten Omni-Channel-Marketing.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* jeweils (w/m/d)

Digitale Transformation

- 6
 Industrie 4.0 ist für uns kein Fremdwort. Wir verfügen über einen hohen Automatisierungsgrad und setzen in breitem Umfang auf software-gesteuerte Fertigungs- und Logistikprozesse, Robotik und das Thema IoT.
- 7
 Auch in sonstigen Unternehmensbereichen (Finanzen & Controlling, Personal, Einkauf etc.) verwenden wir verstärkt digitale (Automatisierungs-) Tools, um freiwerdende Ressourcen anderweitig effizienter zu nutzen.
- 8
 Um unser eigenes Digital-Know-how auszubauen, rekrutieren wir verstärkt Mitarbeiter,* die über entsprechend ausgewiesene Kompetenzen und Erfahrungen im Umgang mit Digitalisierungsprojekten verfügen.
- 9
 Neben analogen Produkten und Services bieten wir unseren Kunden* gezielt digitale Services und Produkte an, die bestehende Angebote sinnvoll ergänzen sowie unabhängig davon neue Erlösquellen schaffen.
- 10
 Unsere Digitalisierungsmaßnahmen zahlen sich messbar aus (z.B. durch effizientere Prozesse, Erhöhung der Kundenzufriedenheit, Gewinnung neuer Kunden*, Umsatz- & Rentabilitätsverbesserungen etc.).

Status	Optimierungsbedarf	Zeit								
Trifft überhaupt nicht zu 0	Trifft eher nicht zu 1	Trifft teilweise zu 2	Trifft eher zu 3	Trifft voll & ganz zu 4	Hoch 1	Mittel 2	Niedrig 3	Kurzfristig 1	Mittelfristig 2	Langfristig 3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* jeweils (w/m/d)

8. Kultur & Commitment

Gute Mitarbeiter* zu haben, diese gezielt weiterzuentwickeln und nach modernen Grundsätzen zu führen, ist wichtig. Das alleine reicht jedoch heute nicht mehr, damit sich Mitarbeiter* wirklich **für die gemeinsame Sache einsetzen**.

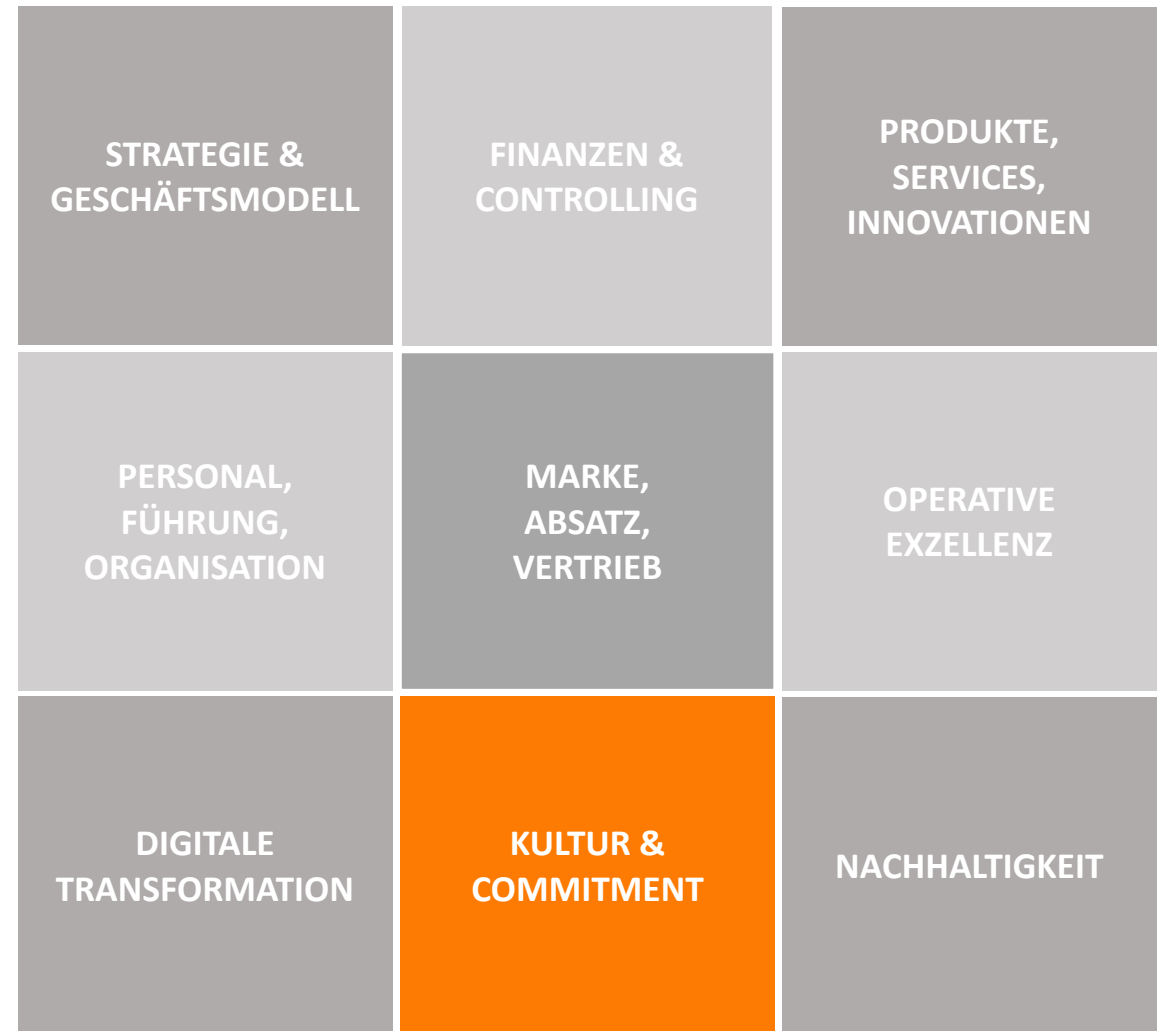
Wem die langfristige **Bindung** der eigenen Mitarbeiter*, die Erzeugung eines „**Wir-Gefühls**“ und ein **hoher Motivationsgrad** wirklich wichtig sind, der kommt um eine gesunde Unternehmenskultur nicht herum.

Viele der führenden Mittelstandunternehmen haben das verstanden. Und sorgen durch eine **sinnstiftende und offene Unternehmenskultur** nicht nur für hohe Zufriedenheit ihrer Mitarbeiter*, sondern auch für **mehr Produktivität und Effizienz**.

Einige Unternehmen pflegen dagegen leider immer noch eine stark patriarchalische Kultur, die durch direktes Reinregieren und die Angst vor Fehlern gekennzeichnet ist.

Wie sind Sie in Sachen Unternehmenskultur aufgestellt? Und wie groß ist Ihr Commitment gegenüber Mitarbeitern*, Kunden* und Geschäftspartnern*?

* jeweils (w/m/d)



Kultur & Commitment

	Status					Optimierungsbedarf			Zeit		
	Trifft überhaupt nicht zu 0	Trifft eher nicht zu 1	Trifft teilweise zu 2	Trifft eher zu 3	Trifft voll & ganz zu 4	Hoch 1	Mittel 2	Niedrig 3	Kurzfristig 1	Mittelfristig 2	Langfristig 3
1	Unsere gesunde Unternehmenskultur ist eine wesentliche Voraussetzung für unseren anhaltenden Unternehmenserfolg.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Wir haben ausformulierte Werte & Führungsgrundsätze, die wir im Alltag leben. Diese geben die Richtung vor, wie wir uns im täglichen Miteinander gegenüber Mitarbeitern*, Kunden* oder Geschäftspartnern* verhalten.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Unsere Mitarbeiter* und Kunden* identifizieren sich mit dem Sinn & Zweck unseres Unternehmens und mit unserem Wertegerüst. Damit dies so bleibt, überprüfen wir das regelmäßig über entsprechende Befragungen.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Bei der Entwicklung der Unternehmenswerte und Führungsgrundsätze, sowie Maßnahmen zu deren Umsetzung wurden und werden Mitarbeiter* aus unterschiedlichen Bereichen und Ebenen aktiv einbezogen.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Das Commitment unserer Mitarbeiter* liegt uns besonders am Herzen. Wir unterstützen unsere Mitarbeiter* und Teams* mit unternehmensweiten Förderprogrammen und individuellen Karriereplanungen.					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* jeweils (w/m/d)

Kultur & Commitment

6	In unserem Unternehmen sind Geschäftsleiter* und Führungskräfte* nahbar. Wir pflegen einen freundlichen Umgangston und sind gleichzeitig professionell in unseren Arbeitsweisen.
7	Unser Unternehmen zeichnet sich durch eine hohe Agilität, schnelle Reaktionsfähigkeit & Flexibilität aus, ohne das Ziel aus den Augen zu verlieren. Diese Macherkultur wird im Unternehmen und am Markt sehr geschätzt.
8	Unsere Kultur ist von Offenheit, Respekt, Teamgeist, Menschlichkeit und Fairness geprägt. Diese Werte sind ein wesentlicher Grund dafür, warum Mitarbeiter* eine hohe Bindung an das Unternehmen besitzen
9	Wir fordern und fördern unternehmerisches Denken & Handeln: Führungskräfte* geben Rahmenparameter vor. Bei deren Umsetzung besitzen die Mitarbeiter* Freiheiten und übernehmen so aktiv Verantwortung.
10	Wir sind offen für Unterstützung von außen, da wir nicht alles selber machen können und wollen. Wir pflegen daher unser Netzwerk zu externen Partnern* & Experten* und setzen auf starke Kooperationen

Status					Optimierungsbedarf			Zeit		
Trifft überhaupt nicht zu	Trifft eher nicht zu	Trifft teilweise zu	Trifft eher zu	Trifft voll & ganz zu	Hoch	Mittel	Niedrig	Kurzfristig	Mittelfristig	Langfristig
0	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* jeweils (w/m/d)

9. Nachhaltigkeit

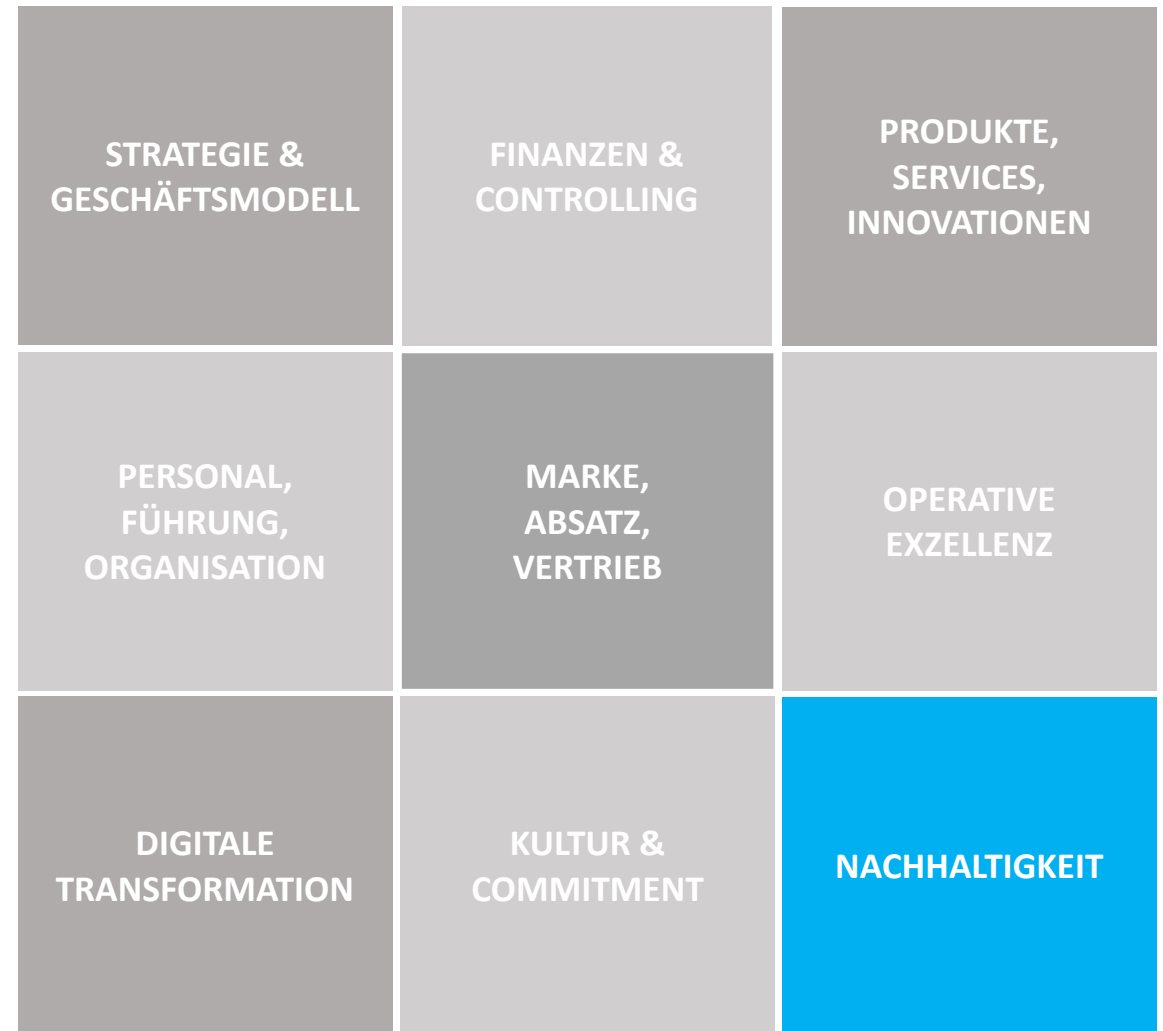
Das Thema Nachhaltigkeit ist mehr als nur ein Modephänomen. Es steht eigentlich für etwas, was viele Mittelständler immer ausgezeichnet hat: nämlich eine **nachhaltig ausgerichtete Unternehmenspolitik**.

In Zeiten **zunehmender Umweltprobleme** und **sozialer Konflikte**, des **Klimawandels** und des **steigenden diesbezüglichen Regulierungsdrucks**, muss der Nachhaltigkeitsgedanke jedoch auch im Mittelstand deutlich breiter gefasst werden, als dies häufig in der Vergangenheit noch der Fall war.

Viele der Besten unter den Besten im Mittelstand haben dies längst erkannt. Sie richten ihre Unternehmenspolitik verstärkt auch an **sozialen und ökologischen Standards** aus. Sie **überprüfen** regelmäßig ihre diesbezüglichen Fortschritte. Und: Sie nutzen Nachhaltigkeit nicht nur aber auch geschickt zur Steigerung der Qualitätswahrnehmung, und Glaubwürdigkeit am Markt.

Wie nachhaltig ist Ihr Unternehmen aktuell aufgestellt? Welche Ziele haben Sie sich diesbezüglich gesteckt? Und wie kommen Sie am besten dorthin?

* jeweils (w/m/d)



Nachhaltigkeit

- 1 Für uns ist das Thema Nachhaltigkeit fest in unserer DNA verankert. Neben kurzfristigen Erfolgszielen sind wir daher vor allem auf eine langfristige und nachhaltige Wertentwicklung des Unternehmens ausgerichtet.
- 2 Nachhaltigkeit besitzt für uns nicht nur eine ökonomische Dimension. Der Erhalt einer intakten Umwelt & eines funktionierenden sozialen Umfelds sind wichtige Voraussetzungen für das Fortbestehen unserer Firma.
- 3 Vor diesem Hintergrund haben wir neben ökonomischen Kenngrößen auch ökologische und soziale Ziele in das Zielsystem und die Maßnahmenplanung unseres Unternehmens integriert, die wir konsequent umsetzen.
- 4 Ökologische & soziale Verantwortung heißt für uns: Unsere gesamte Wertschöpfungskette unter die Lupe zu nehmen und ökologische & soziale Verbesserungen in allen Unternehmensbereichen zu erzielen.
- 5 Auch bei der Lieferantenauswahl achten wir auf die Einhaltung wichtiger Sozialstandards und ökologischer Richtlinien, deren Umsetzung wir regelmäßig überprüfen.

Status					Optimierungsbedarf			Zeit		
Trifft überhaupt nicht zu	Trifft eher nicht zu	Trifft teilweise zu	Trifft eher zu	Trifft voll & ganz zu	Hoch	Mittel	Niedrig	Kurzfristig	Mittelfristig	Langfristig
0	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* jeweils (w/m/d)

Nachhaltigkeit

- 6

Für die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsziele und -pläne haben wir in unserer Organisation klare Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten geschaffen.
- 7

Durch die Integration unserer CSR-Ziele und Maßnahmen in unser Controlling-System stellen wir sicher, dass diese gleichwertig mit anderen Unternehmenszielen verfolgt und umgesetzt werden.
- 8

Wir nutzen das Nachhaltigkeitsargument gezielt in unserer Kommunikation am Markt und gegenüber unseren Kunden*. So differenzieren wir uns effektiv vom Wettbewerb.
- 9

Um maximale Glaubwürdigkeit & Vertrauen zu schaffen, lassen wir uns regelmäßig von externen Fachorganisationen im Hinblick auf die erreichten Nachhaltigkeitsziele (CSR-Ziele) evaluieren und zertifizieren.
- 10

Über unser eigenes Unternehmen hinaus übernehmen wir aktiv gesellschaftliche Verantwortung (z.B. durch der Förderung sozialer Projekte und/oder Institutionen, in Form einer gemeinnützigen Stiftung etc.).

Status	Optimierungsbedarf	Zeit								
Trifft überhaupt nicht zu 0	Trifft eher nicht zu 1	Trifft teilweise zu 2	Trifft eher zu 3	Trifft voll & ganz zu 4	Hoch 1	Mittel 2	Niedrig 3	Kurzfristig 1	Mittelfristig 2	Langfristig 3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* jeweils (w/m/d)



Welche Ergebnisse liefert **Benchmark Mittelstand**

Haben Sie alle 90 Fragen aus dem vorliegenden Evaluationstool vollständig beantwortet? Dann ermöglicht Ihnen **Benchmark Mittelstand** die zusammenfassende Beurteilung Ihrer aktuellen **Wettbewerbs- & Wachstumsstärke** und **Zukunftsfitness**.

Zählen Sie die über den Antwortoptionen angegebenen Punktzahlen getrennt für jede der 3 Antwortspalten zusammen und erhalten Sie so eine Erstindikation, wie Sie im Benchmark-Vergleich mit den Besten der Besten im Mittelstand dastehen.

1. STATUS: So stehen Sie aktuell im Vergleich mit den Besten der Besten da

240-360 Punkte: Herzlichen Glückwunsch. Sie gehören zu den Top-Performern im Mittelstand und verfügen über eine hohe Zukunftsfitness. Das müsste sich mit hoher Wahrscheinlichkeit bereits heute in Ihrem Unternehmensergebnis niederschlagen. Dennoch hat Ihnen die Benchmark-Analyse auch gezeigt, wo Sie sich eventuell noch verbessern können. Genau das kann man von den Besten der Besten lernen: Dass man nie stillstehen darf, wenn man auch in Zukunft erfolgreich sein will.

120-240 Punkte: Danke für Ihre Offenheit. Ihre ehrliche Selbstevaluation hat ergeben, dass Sie sich selbst in Sachen Erfolgs- & Wachstumstreiber eher im Mittelfeld einordnen. Was Sie jetzt brauchen, ist ein klarer Maßnahmenplan, wie Sie gezielt zur Spitzengruppe aufschließen und Ihre Zukunftsfitness erhöhen können.

0-120 Punkte: Das sieht leider nicht so gut aus. Im direkten Benchmark-Vergleich mit den führenden Unternehmen im Mittelstand weisen Sie erhebliche Defizite im Hinblick auf wichtige Erfolgs- & Wachstumstreiber auf. Daran sollten Sie dringend etwas ändern, um die zukünftige Entwicklung Ihres Unternehmens nicht zu gefährden.



Welche Ergebnisse liefert **Benchmark Mittelstand**

2. OPTIMIERUNGSBEDARF: So groß ist der Optimierungsbedarf in Ihrem Unternehmen

210-270 Punkte: Ihre Optimierungs-Roadmap ist überschaubar. Sie können sich daher gezielt auf die Themen konzentrieren, die Sie wirklich voranbringen. Setzen Sie auf Impulse von außen, wenn Sie dabei weiter von den Besten lernen wollen.

150-210 Punkte: Sie haben erkannt, dass Sie sich gleich in mehrfacher Hinsicht verbessern sollten. Überlegen Sie genau, wie Sie dabei vorgehen wollen. Und lassen Sie sich bei den Themen, wo Sie die größten Defizite haben, beratend unterstützen,

90-150 Punkte: Ihr Optimierungsbedarf ist erheblich. Ohne breite Unterstützung von außen werden Sie das kaum bewältigen können.

3. ZEIT: So hoch schätzen Sie den bestehenden Veränderungsdruck ein

210-270 Punkte: Selbst wenn Sie einige der identifizierten Optimierungen kurzfristig angehen wollen, so ist Ihr Optimierungsdruck insgesamt eher gering. Sie können daher sauber planen und notwendige Ressourcen gezielt für die wichtigsten Themen einsetzen.

150-210 Punkte: Bei Ihnen sieht es genauso aus, wie in vielen anderen Unternehmen: Sie haben diverse Optimierungsprojekte kurz-, mittel- und langfristiger Natur, die Sie gezielt managen müssen, um diese zum Erfolg zu führen und sich dabei nicht zu verzetteln.

90-150 Punkte: Der Handlungsdruck in Ihrem Unternehmen dürfte erheblich sein. Die Vielzahl der identifizierten Projekte und deren kurze Fristigkeit bedingen eher einen komplexeren Turn-Around als „nur“ eine schrittweise Transformation.

Kontakt

**Teilen Sie die Ergebnisse Ihrer Selbsteinschätzung mit uns.
Und lassen Sie sich dabei helfen, in kurzer Zeit mehr Wachstum zu erzielen.**

Wir unterstützen Sie gerne bei der Entwicklung gezielter Strategien, Zukunftskonzepte und Maßnahmenpakete, die es Ihnen ermöglichen, Ihre **Markt- & Wettbewerbsposition** in kurzer Zeit zu stärken, Ihre **Zukunftsfitness** merklich zu erhöhen und **nachweislich mehr Wachstum** zu generieren.

© hm+p Herrmann, Moeller und Partner | Unternehmensberater

Dr. Christoph Herrmann, Managing Partner (c.herrmann@hmp-innovation.de)

Günter Moeller, Managing Partner (g.moeller@hmp-innovation.de)

Maximilianstraße 29, 80539 München

Tel.: +49 (0) 89 / 23 24 15 80, Fax: +49 (0) 89 / 23 24 15 81, www.hmp-innovation.de