

Firma:	Anzahl Mitarbeiter:	Name, Vorname:	E-Mail:
--------	---------------------	----------------	---------

**Erfolgsfaktor 1:  
Teamchef**

Geben Sie sich für jedes Handlungsfeld eine Note. Kreuzen Sie dazu in jeder Zeile ein Kästchen an, das Ihre Situation am besten beschreibt.

Datum:	Note 6	Note 5	Note 4	Note 3	Note 2	Note 1
<b>Handlungsfeld 1 Führungspersönlichkeit entwickeln</b>	Gefühl der persönlichen Überforderung. Die Probleme mit dem Geschäft lassen keine Zeit mehr für Partner, Familie und Freunde.	Vieles gelingt, und trotzdem bleibt vieles unerledigt nach dem Motto »keine Zeit«.	Die Rolle im Unternehmen und Privatleben ist geklärt. Sie können Fragen beantworten wie: »Wer bin ich heute?«, »Was kann ich?«, »Wohin will ich?«.	Die meisten Lebensbereiche sind in guter Balance. Zur Berufung als Führungskraft haben Sie ein klares Ja.	Ihre persönlichen Lebensziele und das Lebensmotto existieren schriftlich und werden aktiv umgesetzt.	Die Führungskraft inspiriert ihr Umfeld, das Thema Lebensplanung anzugehen.
<b>Handlungsfeld 2 Unternehmensleitbild festlegen</b>	Über Aspekte wie Zielfoto, Mission/Vision und Unternehmenswerte wurde nie nachgedacht. Das operative Geschäft dominiert.	Wichtige zukünftige Entwicklungen werden ungefiltert ins Tagesgeschäft einbezogen.	Es existiert ein vages Bild von der Zukunft des Unternehmens. Themen wie Werteorientierung und Verhaltensspielregeln werden diskutiert.	Eine schriftliche Fixierung des Unternehmensleitbilds liegt vor.	Das Unternehmensleitbild wird in der Praxis durchgehend gelebt. Eine dynamische, wertorientierte Organisation entsteht.	Die Begeisterung für Werte und Ziele inspiriert Kunden, Lieferanten und die Gesellschaft.
<b>Handlungsfeld 3 Strategisch planen</b>	Das Tagesgeschäft dominiert. Es gibt keine Zeit, um am System zu arbeiten, sondern nur im System.	Kurzfristiges Handeln überdeckt langfristige Ansätze. Dringendes dominiert Wichtiges. Statt konkreter Ziele gibt es nur gut gemeinte Absichten.	Strategisches Denken führt zu Zielauswahl und daraus abgeleitet zu entsprechenden Prioritäten.	Eine mittelfristige Unternehmensplanung (zwei bis drei Jahre) existiert.	Eine langfristige Unternehmensplanung (über fünf Jahre hinaus) existiert.	Die Unternehmensstrategie wird ständig angepasst. Planungsszenarien ermöglichen rasche Reaktionen auf überraschende Entwicklungen. Das Unternehmen gestaltet die Zukunft aktiv mit.
<b>Handlungsfeld 4 Mitarbeiter auswählen</b>	Wer zuerst kommt, wird eingestellt. Die Qualität der vorhandenen Mitarbeiter wird nicht hinterfragt.	Die Bewerberauswahl erfolgt nach ungeeigneten Kriterien oder unklarem Anforderungsprofil. Punktuell werden Mitarbeitergespräche geführt.	Die Bewerberauswahl erfolgt nach Aufgabenbeschreibung und Anforderungsprofil. Eine regelmäßige Mitarbeiterbeurteilung ist eingeführt.	Die Bewerberauswahl ist ein mehrstufiger Prozess aus Instrumenten wie Telefoninterview, Referenzcheck usw. Aus Mitarbeiterbeurteilungen werden konkrete Maßnahmen abgeleitet.	Bei Neueinstellungen werden die Besten der Branche aktiv gesucht. Durch Personalentwicklung oder Trennung von Mitarbeitern gibt es 80 % A-, 20 % B- und 0 % C-Mitarbeiter.	Bewerber werden nicht nur aufgrund ihrer fachlichen, sondern auch der persönlichen Eignung eingestellt. Durch radikale A-Fokussierung ist eine 100-0-0-Organisation entstanden.
<b>Handlungsfeld 5 Erfolg vereinbaren</b>	Das Unternehmen funktioniert nach Befehl und Gehorsam.	Es gibt sporadische Treffen im Führungskreis.	Strategietage mit den Führungskräften finden regelmäßig statt. Die Kräfte werden zum Beispiel durch ein Jahresmotto gebündelt.	Es gibt individuelle Zielvereinbarungen mit den Führungskräften durch Quartalsgespräche.	Alle Mitarbeiter sind in den Prozess der Zielfindung und Zielrealisierung eingebunden.	Das Gehalt ist an das Erreichen der Ziele gekoppelt. Die Mitarbeiter tragen auf diese Weise das Unternehmensrisiko mit.
<b>Handlungsfeld 6 Profitabel wirtschaften</b>	Kontostände und jährliche Bilanzen bilden die Grundlage für anstehende Entscheidungen.	Es wird erkannt, dass außer dem Umsatz noch andere wichtige Kenngrößen existieren. Monats- und Quartalsbilanzen werden erstellt.	Es gibt regelmäßige Plan-Ist-Vergleiche (monatlich oder quartalsweise). Die vom Controlling gelieferten Zahlen werden aber nur vereinzelt genutzt.	Maßnahmen aus dem Plan-Ist-Vergleich werden umgesetzt. Die Wirksamkeit der Maßnahmen liegt bei 75 %.	Der Plan-Ist-Vergleich ergibt eine Übereinstimmung von mehr als 95 %.	Die entscheidenden Kennzahlen liegen im Branchenvergleich unter den Top 10 %.
<b>Handlungsfeld 7 Unternehmensmarke stärken</b>	Weder Öffentlichkeitsarbeit noch ein einheitliches Erscheinungsbild nach außen sind vorhanden.	Zu besonderen Anlässen wird versucht, die Öffentlichkeit zu informieren. Ein Firmenlogo existiert, wird aber immer wieder verändert.	Öffentlichkeitsarbeit geschieht systematisch. An der Unternehmensmarke wird vereinzelt gearbeitet. Soziale Netzwerke werden sporadisch genutzt.	Ein umfassender Jahresthemenplan für die Öffentlichkeitsarbeit liegt vor. An der Unternehmensmarke wird gezielt gearbeitet. Das Internet wird systematisch zur Unternehmenspräsentation genutzt.	Die Unternehmensmarke wird durch ein Gesamtkonzept gestärkt. Darin sind medienwirksame Anlässe ebenso integriert wie die Bespielung aller relevanten Kanäle im Internet.	Medien berichten von sich aus über das Unternehmen. Als Marke und Arbeitgeber genießt das Unternehmen auch im Internet höchstes Ansehen.