



FUTURE MANAGEMENT PROCESS

EMPOWER YOUR BUSINESS

GRUSSWORT

Liebe Leserin, lieber Leser,

oft wird in Unternehmen relativ unverbunden mit den unterschiedlichsten Management-Konzepten gearbeitet. Bei Führungskräften taucht häufig die Frage auf, welches Instrument welche Wirkung mit sich bringt.

Diese Überlegung hat teamwerk dazu gebracht, drei wirkungsvolle Instrumente, beziehungsweise Herangehensweisen, in einem Modell zusammenzufassen: dem Future Management Process (FMP).

teamwerk arbeitet mit dem FMP seit Jahren in Unternehmen unterschiedlicher Größe. Die Erfahrungen dieser Zusammenarbeit haben uns geholfen, den FMP immer weiter zu optimieren und eine unterstützende Software zu entwickeln, welche die Durchführung und das Controlling des FMP bedeutend vereinfacht. Wir sind überzeugt, dass der FMP und die unterstützende FMP Software in der hier dargestellten Form Unternehmen einen wirklichen Nutzen stiftet und ein nachhaltig positives Ergebnis erzielt.

Sollten Sie auf Ihrem Weg hin zur Business Excellence Fragen, Anregungen oder Unterstützungsbedarf haben, dann stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.



Ihr Klaus-Dieter Feld

Geschäftsführender Gesellschafter

INHALT

Grußwort	3
Warum FMP	6
FMP Lösung	8
FMP Software	10
Preismodell	12
Kontakt	14

“Mit dem FMP werden
Visionen wahr!”



WARUM FMP?

Der kürzliche Zusammenbruch der Finanzmärkte und die damit verbundene Krise weiter Teile der internationalen Wirtschaft haben einmal mehr gezeigt, wie kurzfristig und reduziert das Management führender Unternehmen in weiten Teilen denkt. Um auf Krisen adäquat reagieren zu können, reicht es nicht aus, den Erfolg eines Unternehmens im Jetzt und Hier zu begründen. Nachhaltigkeit und Weitblick bleiben weiterhin die zuverlässigsten Garanten für ein gelungenes Management. Unternehmenserfolge, welche ohne den Gedanken an die Zukunft des Unternehmens und seiner Mitarbeiter erzielt werden, sind weder ethisch noch wirtschaftlich zu vertreten.

In diesem Zusammenhang kommt der Unternehmensstrategie eine zentrale Rolle zu – ist es doch die Strategie, welche die Zukunft stets im Blick behält, indem sie gegenwärtige Handlungen über Ziele auf die Zukunft hin ausrichtet.

“Betroffene zu Beteiligten
machen!”



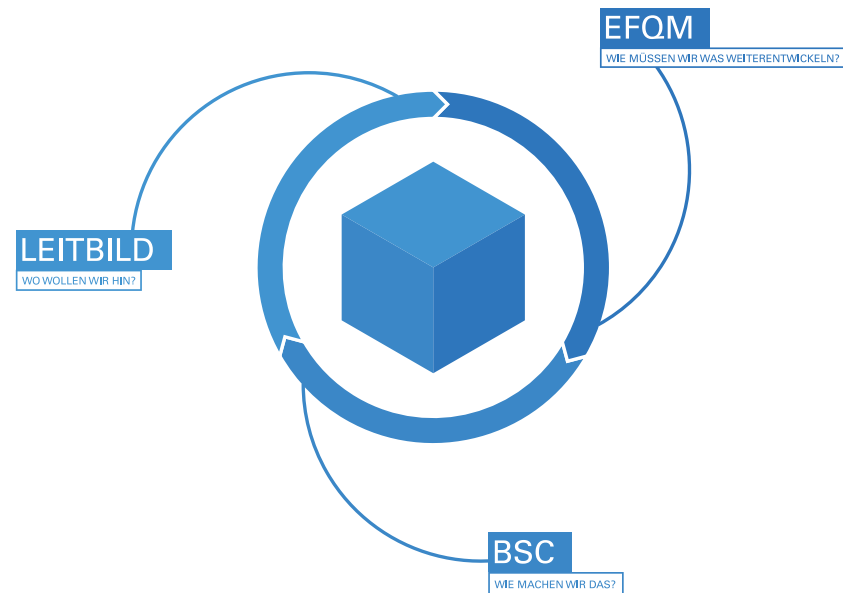
“Vision, Mission, Strategische Ziele
sowie die kritischen Erfolgsfaktoren,
zeigen ein klares, sehr strukturiertes Bild
der Aufgaben und Leistungen sowie des
gemeinsamen Werteverständnisses.

Die Inhalte motivieren, dabei zu sein im
spannenden Entwicklungsprozess von der
Idee zum fertigen Produkt!”

DIE FMP LÖSUNG

Der Future Management Process (FMP) verknüpft die Managementmethoden Leitbildentwicklung, Balanced Scorecard und EFQM-Modell sinnvoll und ermöglicht damit eine ganzheitliche Unternehmenssteuerung, die sowohl weiche als auch harte Faktoren des Unternehmens berücksichtigt.

INTEGRIERTE STRATEGIEENTWICKLUNG



Grafik 1: Die FMP Lösung - Integrierte Strategieentwicklung

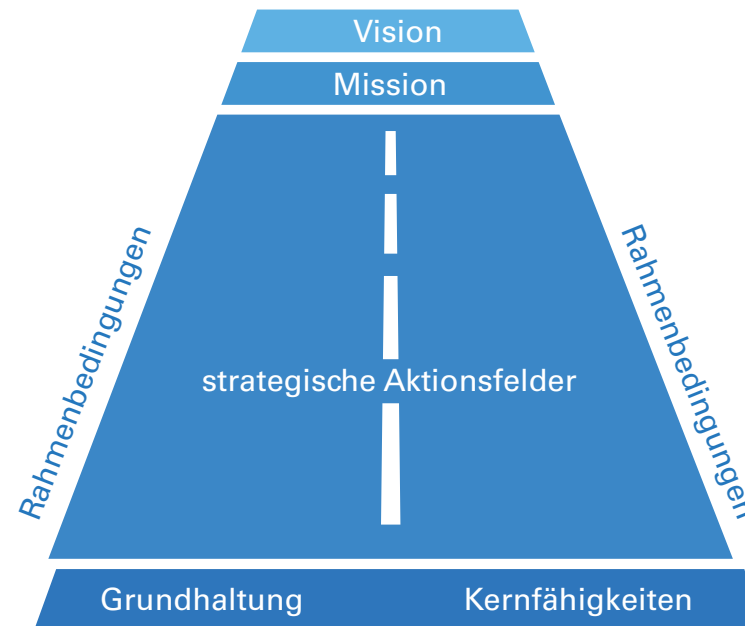
Future Management Process®

Der integrative und ganzheitliche Ansatz des FMP verspricht eine sichere Aufstellung von Unternehmen für die Zukunft.

LEITBILDENTWICKLUNG

Um auf dem Markt erfolgreich zu bestehen, hilft ein Leitbild, das den jeweiligen Besonderheiten eines Unternehmens entspricht und ein erstrebenswertes Zukunftsbild formuliert. Ein fundiertes Leitbild ist beschreibbar, quantifizierbar, überprüfbar und in der heutigen Zeit maßgeblich für den langfristigen Erfolg eines Unternehmens verantwortlich.

LEITBILD



Das Leitbild gibt den Mitarbeitern Halt und verbindet ihre Arbeit mit einem übergeordneten Kontext.

LEITBILD

VISION - „WAS WIR WOLLEN“

Die Vision beschreibt in einem kurzen, gut merkbaren Satz ein aussagekräftiges Zukunftsbild, das in fünf bis zehn Jahren erreicht werden soll. Sie demonstriert die Einzigartigkeit und Unverwechselbarkeit des Unternehmens. Die Vision drückt aus, dass das Unternehmen eine lohnende Zukunft hat, beschreibt eine langfristige Entwicklung und zeigt, wodurch sich das Unternehmen von Allen anderen abhebt. Sie hat eine starke emotionale Bedeutung, soll Gefühle hervorrufen, Energien freisetzen und Allen Mitarbeitern im Unternehmen einen Sinn vermitteln, mit dem sich jeder identifizieren kann. Die Vision beschreibt eine langfristige Ausrichtung und erzeugt damit Sicherheit und Stabilität.

MISSION - „WAS ES NUTZT“

Die Mission formuliert den Nutzen, der sich einstellt, wenn die Vision erreicht wird. Das Mission-Statement beschreibt dabei aus der jeweiligen Sicht des Kunden, des Mitarbeiters und der Gesellschaft die verschiedenen Geschäftsfelder des Unternehmens. Die Mission basiert auf der Vision, d.h. ihre Aussagen ordnen sich der Vision unter und nehmen auf sie Bezug.

GRUNDHALTUNG - „WAS UNS ANTREIBT“

Die Grundhaltung leitet als Wertesystem das eigene Handeln und ist von außen erkennbar an typischen Verhaltensweisen, Symbolen und Ritualen. Sie beschreibt die Einstellung, die das Verhalten des Unternehmens und seiner Mitarbeiter steuert, um Vision und Mission zu erreichen und ist im alltäglichen Handeln ablesbar. Je nach Unternehmen oder Bereich existieren spezifische Wertesysteme, die zwar nicht explizit ausformuliert sind, die jedoch jeder Mitarbeiter kennt, respektiert und seinem Handeln (unbewusst) zugrunde legt.

KERNFÄHIGKEITEN - „WAS WIR KÖNNEN“

Die Kernfähigkeiten fassen die Erfolgsgaranten des Unternehmens der vergangenen Jahre zusammen und machen klar, welche weiteren Fähigkeiten nötig sind, um die Herausforderungen der Zukunft erfolgreich zu bewältigen. Kernfähigkeiten können personelle Fähigkeiten, Methoden oder Prozesse sein. Sie sind originär und vom Wettbewerb in dieser Kombination nur schwer zu kopieren, da sie häufig nur im Unternehmensganzen wirksam sind. Kernfähigkeiten stellen damit in ihrer speziellen Kombination ein absolutes Alleinstellungsmerkmal dar und sind eng mit der Unternehmenskultur verknüpft. Analog zur Grundhaltung sind die Kernfähigkeiten oftmals nur unbewusst und nicht klar ausformuliert.

LEITBILD

im Unternehmen vorhanden. Um ein komplettes Leitbild zu entwickeln ist es wichtig, sich genau jener Faktoren bewusst zu werden, die nicht auf den ersten Blick erkennbar sind, beziehungsweise als selbstverständlich angenommen werden. Nur so werden Kompetenzen greifbar, strategisch verwendbar und planbar.

RAHMENBEDINGUNGEN - „WAS UNS BEEINFLUSST“

Die Rahmenbedingungen beschreiben die Vorgaben des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Umfelds. Dabei wird der Spielraum der Unternehmensgestaltung definiert durch den Markt, die Mitbewerber, die Gesetzgebung, gesellschaftliche Strömungen sowie technologische und ökologische Anforderungen. Rahmenbedingungen ergeben sich auch aus den Vorgaben der Konzernleitung oder der Vorgesetzten. Sie müssen im Leitbild enthalten sein, denn es macht wenig Sinn, Vision, Mission, Grundhaltung und Kernfähigkeiten zu definieren, die aufgrund der Rahmenbedingungen nicht realisierbar sind.

STRATEGISCHE AKTIONSFELDER - „WAS WIR TUN“

Die Strategischen Aktionsfelder beschreiben die angestrebten Entwicklungsrichtungen der nächsten fünf bis zehn Jahre und benennen die wichtigsten Strategischen Felder hin zur Vision. Sie beinhalten qualitative und quantitative Aussagen zu Produkten, Märkten und zur Organisation und bilden konkrete Leitlinien ab, um Vision und Mission zu verwirklichen.

Bei einer Definition der Grundstrategie im Rahmen des Leitbildansatzes ist es wichtig, sich von bestehenden Denkgewohnheiten und Zukunftsbildern zu lösen, alte Muster zu verlassen und Raum zu schaffen für neue Ideen. Der nächste Schritt ist die Entwicklung alternativer Optionen für die Zukunft, die inhaltlich abgewogen und bewertet werden.

Mit der Bestimmung der Strategischen Aktionsfelder ist das Unternehmensleitbild vollständig beschrieben.

„Da das Leitbild von allen Mitarbeitern
anerkannt wird, und ich mich in der
Argumentation auf das Leitbild beziehen
kann, erhöht dies deutlich die Akzeptanz
meiner Entscheidungen.“



BALANCED SCORECARD

Seit einigen Jahren wird in der Wirtschaft die Frage diskutiert, worauf sich ein nachhaltiger Unternehmenserfolg gründet. Schnell wurde klar, dass nicht nur „harte“ Faktoren (beispielsweise finanzielle Kennzahlen), sondern auch „weiche“ Faktoren (zum Beispiel Mitarbeitermotivation) den Erfolg entscheidend beeinflussen. Um beide für den langfristigen Erfolg eines Unternehmens entscheidenden Faktorengruppen überprüfbar und anwendbar zu machen, wurde Anfang der 1990er Jahre von Robert S. Kaplan und David P. Norton das Konzept der Balanced Scorecard (BSC) entwickelt.

Hauptziel der BSC ist es, die Unternehmensziele über relevante und messbare Erfolgsfaktoren auf Maßnahmen herunter zu brechen, das Unternehmen strategisch zu steuern und frühzeitig Handlungsbedarf zu identifizieren. Für die BSC ergeben sich folgende Kernaufgaben:

- Hilfestellung bei der Strategieverfolgung
- Unterstützung bei der Steuerung der Unternehmenseinheit
- Operationalisierung der Strategie
- Visualisierung von Strategischen Zielen

Auf dem Fundament des Unternehmensleitbildes wird im FMP eine Strategielandkarte entworfen, die Strategischen Ziele operationalisiert und schließlich in konkreten Maßnahmen umgesetzt.

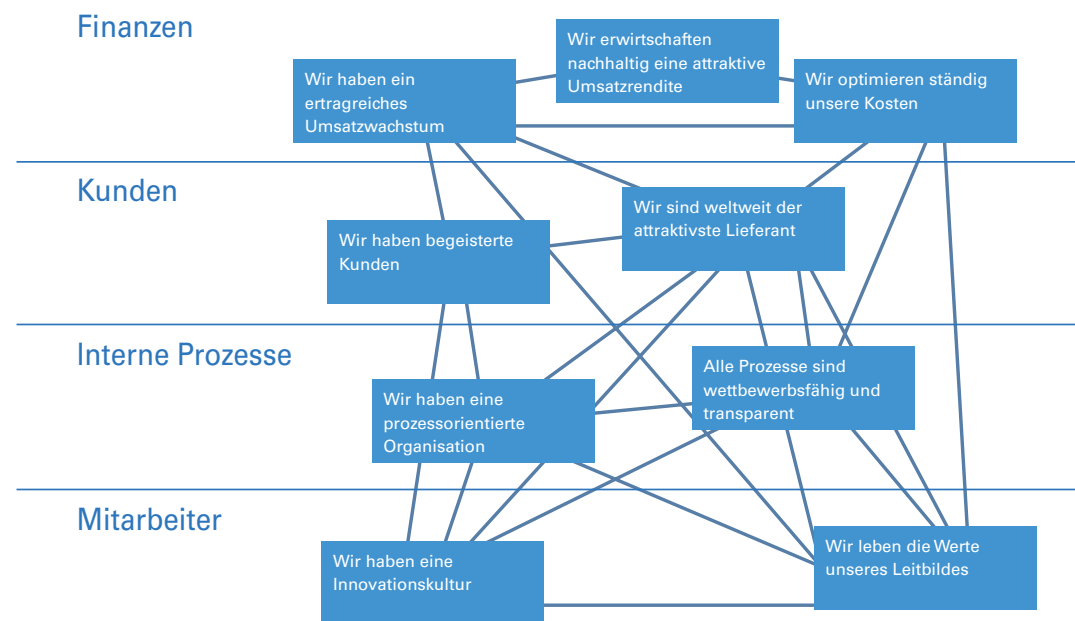
ENTWICKLUNG DER STRATEGIELANDKARTE

Die Strategielandkarte visualisiert die Verknüpfung der Ziele. Bei der Ableitung und Formulierung der Strategischen Ziele ist es wichtig, eine ausgewogene Anzahl zu finden und bei der Auswahl alle Handlungsfelder gleichmäßig zu berücksichtigen. Bei der Formulierung ist zudem darauf zu achten, nur wettbewerbsrelevante Ziele mit einem hohen strategischen Wert auszuwählen. Sie dürfen weder zu pauschal noch zu konkret sein.

BSC

Für die BSC sollten Ziele ausgewählt werden, deren Erreichung durch eine Vielzahl von unterschiedlichen Einzelmaßnahmen beeinflussbar sind, deren Ergebnisse sich erst im Laufe der nächsten rund fünf Jahre einstellen und die eine hohe strategische Bedeutung für die Geschäftseinheit haben. Weiterhin gilt es zu beachten, die Prioritäten beim Ressourceneinsatz richtig zu setzen, um die Strategischen Ziele erreichen zu können.

STRATEGIELANDKARTE



Grafik 3: Die FMP Lösung - Strategielandkarte

Future Management Process®

Nach ihrer Formulierung werden die Strategischen Ziele den folgenden vier Strategischen Handlungsfeldern der BSC zugeordnet.

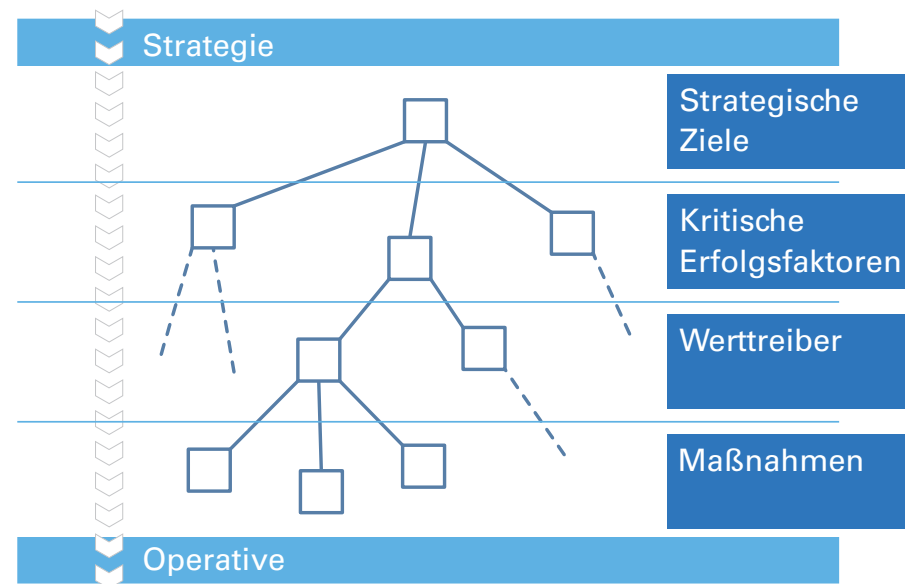
1. Finanzen: Wie positionieren wir uns gegenüber unseren Kapitalgebern?
2. Kunden: Welche Leistungen erbringen wir gegenüber unseren Kunden, um die Finanzziele zu erreichen?

BSC

3. Interne Prozesse: Bei welchen Prozessen leisten wir Hervorragendes, um die Kunden- und Finanzziele zu erreichen?
4. PE/Innovation: Wie erhalten und verbessern wir unsere Kompetenzen und Fähigkeiten, um die Prozess-, Kunden- und Finanzziele zu erreichen.

Nach der Zuordnung zu den BSC-Handlungsfeldern werden die Strategischen Ziele in einen Ursachen-/Wirkungszusammenhang gebracht. Dabei gilt es, die unmittelbaren Zusammenhänge zu finden. Wichtig ist, dass sich die Kette von Ursachen und Wirkungen durch alle vier Handlungsfelder zieht. Mit der Zuordnung des Ursachen-/Wirkungszusammenhanges ist die Strategielandkarte vollständig entwickelt.

BALANCED SCORECARD - BSC



OPERATIONALISIERUNG DER STRATEGISCHEN ZIELE

Nachdem die Strategielandkarte erarbeitet ist, werden die Strategischen Ziele wie folgt operationalisiert:

1. Bestimmung der Kritischen Erfolgsfaktoren
2. Bestimmung der Werttreiber je Kritischem Erfolgsfaktor
3. Bestimmung der Messgröße je Werttreiber
4. Festlegung der Operativen Ziele in Messzahlen

Die Kritischen Erfolgsfaktoren werden direkt aus den Strategischen Zielen abgeleitet, sie konkretisieren das Ziel und verdeutlichen die Voraussetzungen zur Zielerreichung. In der Regel bleiben Kritische Erfolgsfaktoren über einen längeren Zeitraum stabil.

Werttreiber sind messbare Größen der täglichen Arbeit, die den Beitrag zum Unternehmenserfolg verdeutlichen. Sie werden ausgehend von den Strategischen Zielen und den kritischen Erfolgsfaktoren ermittelt und haben maßgeblichen Einfluss auf die Strategischen Ziele.

Messgrößen machen die Strategischen Ziele, beziehungsweise die Werttreiber mess- und überprüfbar. Sie sorgen für Quantifizierung (Kennzahlen), um das Unternehmen oder den Bereich kontrolliert steuern und auf den Wettbewerb ausrichten zu können. Die Messgrößen können je nach Quantifizierungsbedarf sehr unterschiedlich ausfallen, müssen aber genau zum jeweiligen Werttreiber passen, um eine korrekte Aussage treffen zu können.

Nachdem die Messgröße für einen jeweiligen Werttreiber festgelegt ist, muss sie greifbar gemacht werden. Für das Unternehmen oder die Geschäftseinheit ist es wichtig, ein Gefühl zu entwickeln, welche Auswirkung und Bedeutung die Messgröße für das System hat. Die zu erreichende Größe wird in bestimmten Zeitabständen gemessen.

UMSETZUNG DER MASSNAHMEN

Ein Schema zur Erreichung der unterschiedlichen Zielgrößen gibt es nicht – der jeweilige Weg obliegt der Entscheidung der Führungskräfte. Um die in der BSC definierten Ziele zu erreichen, werden Maßnahmen, beziehungsweise Projekte definiert und zugleich Verantwortlichkeiten festgelegt. Für jedes Ziel wird ein Mitarbeiter benannt, der für die Umsetzung der entsprechenden Maßnahme verantwortlich ist. Wichtig ist, die Maßnahmen zur Zieler-

BSC

reichung sehr präzise zu beschreiben und einen klaren Termin für die Umsetzung festzulegen. Hilfreich ist auch, die Kapazitäten abzuschätzen und zu definieren, wie viele Arbeitstage benötigt werden, um die Maßnahme erfolgreich abzuschließen. Ein Umsetzungsplan schafft Transparenz bei der Zielerreichung und zeigt die Zusammenhänge der einzelnen Maßnahmen und Projekte auf. Ein einfacher, aber verlässlicher Feedback-Prozess legt fest, wann an Wen welche Daten berichtet werden. Dies ermöglicht, rechtzeitig Schwierigkeiten zu kommunizieren und zeitnah Gegenmaßnahmen einzuleiten.



“Die auf das Leitbild abgestimmte Balanced Scorecard schafft den Spagat zwischen Strategie und Operative.

Die oftmals abstrakt formulierte Strategie wird über die BSC ins tägliche Doing übertragen und sichert die schrittweise Umsetzung der Maßnahmen auf dem Weg zur Vision.”

EFQM MODELL

Ihr volles Potenzial entfaltet die BSC in Verknüpfung mit dem Excellence-Modell der European Foundation for Quality Management (EFQM). Dieses aus Qualitätsmanagementansätzen entwickelte Managementkonzept entstand parallel zur BSC. Anhand des EFQM-Modells können Organisationen ihre „unternehmerische Fitness“ selbst analysieren und bewerten. Der FMP integriert das EFQM-Modell, um

- die betrieblichen Lernprozesse zu organisieren,
- Schwachstellen zu minimieren, beziehungsweise zu beseitigen und
- betriebliche Potenziale und strategische Fehlentwicklungen zu erkennen.

EFQM-GRUNDLAGEN

Der Wettbewerb wird internationaler und dynamischer, die technologischen Innovationszyklen immer kürzer. Die Gesetzgebung verändert sich, häufig auch das volkswirtschaftliche, soziale und kundenbezogene Umfeld. Im Zuge dieser Veränderungen wird es für Unternehmen immer wichtiger, die Qualität der eigenen Leistungen kontinuierlich zu verbessern. Das EFQM-Modell ist in den vergangenen Jahren zu einem anerkannten Instrument der Unternehmensbewertung und Unternehmensausrichtung geworden.

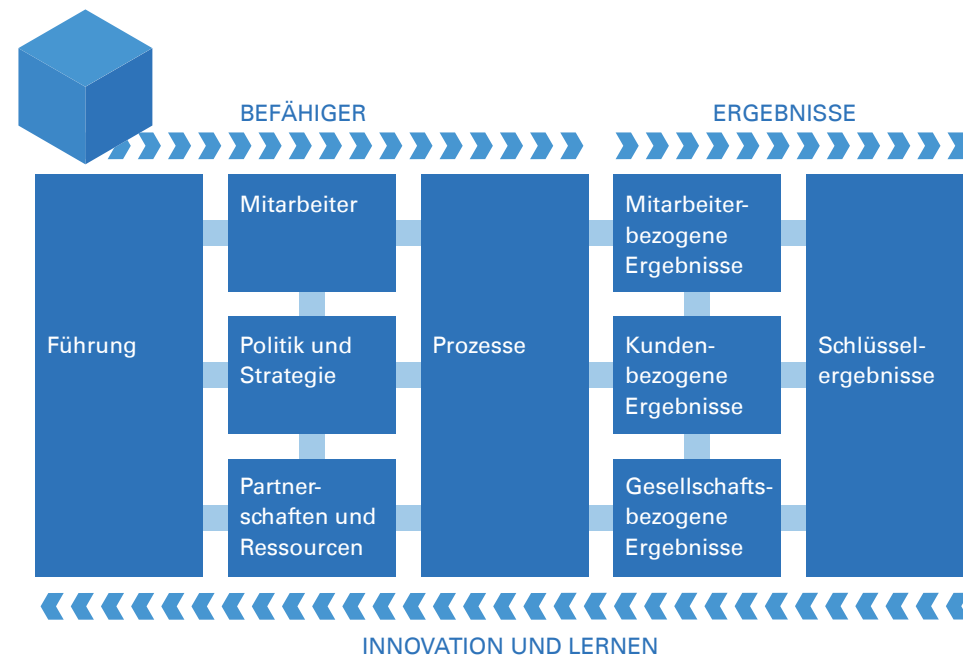
Der EFQM-Ansatz ist ein Selbstbewertungs- und Diagnoseinstrument zur regelmäßigen, umfassenden und systematischen Überprüfung der Leistungsfähigkeiten von Prozessen, Strukturen, Handlungen und Ergebnissen. Im Vordergrund steht die Idee, durch umfassende Qualität exzellente Ergebnisse zu erzielen. Die Mehrdeutigkeit des Qualitätsbegriffs wird im EFQM-Modell durch den Begriff der Excellence ersetzt. Mit Hilfe der Selbstbewertung erhält ein Unternehmen zu einem definierten Zeitpunkt ein umfassendes Bild seines allgemeinen Zustandes und bekommt wertvolle Rückmeldung über die Effektivität der Prozesse aller seiner Bereiche. Dies erfolgt europaweit und branchenübergreifend im Vergleich zu anderen Unternehmen.

EFQM

Durch den ermittelten Grad der Excellence kann ein Unternehmen

- einschätzen, wie „gut“ es ist,
- seine Stärken und Verbesserungspotenziale identifizieren,
- die Treiber der Geschäftsergebnisse ermitteln,
- sich mit anderen Unternehmen vergleichen,
- eine gemeinsame Sprache intern und extern finden.

EUROPEAN FOUNDATION FOR QUALITY MANAGEMENT – EFQM



Grafik 8: Die FMP Lösung – EFQM

Future Management Process ©

Das Grundprinzip der Excellence ist wie folgt definiert:

- Ergebnisorientierung: Excellence erzielt Ergebnisse, die alle Interessengruppen der Organisation begeistern.
- Ausrichtung auf den Kunden: Excellence schafft nachhaltigen Kundennutzen.
- Führung und Zielkonsequenz: Excellence bedeutet visionäre und begeisternde Führung und Beständigkeit hinsichtlich der Zielrichtung.
- Management durch Prozesse und Fakten: Excellence bedeutet, die Organisation durch ein Netzwerk von Systemen, Prozessen und Fakten zu steuern.
- Mitarbeiterentwicklung und -beteiligung: Excellence maximiert den Beitrag der Mitarbeiter durch ihre Weiterentwicklung und Beteiligung.
- Kontinuierliches Lernen, Innovation und Verbesserung: Excellence fördert Lernprozesse und schafft damit Innovationen und Verbesserungsmöglichkeiten, um den Status quo in Frage zu stellen und positive Veränderungen zu bewirken.
- Entwicklung von Partnerschaften: Excellence entwickelt und erhält wertschöpfende Partnerschaften.
- Soziale Verantwortung: Excellence bedeutet, die Mindestanforderungen der gültigen Gesetze und Regeln zu übertreffen, welche die Organisation bei ihrer Geschäftstätigkeit zu berücksichtigen hat.
- Eingehen auf das Umfeld: Außerdem bedeutet Excellence, sich darum zu bemühen, die Erwartungen des gesellschaftlichen Umfeldes zu verstehen und auf diese zu reagieren.

DURCHFÜHRUNG DER SELBSTBEWERTUNG

Die zyklische Selbstbewertung ermöglicht die Feststellung des konkreten Ausmaßes erfolgter Veränderungen im Unternehmen. Führungskräfte und Mitarbeiter wissen so stets, wo sie stehen und was sich wie stark gegenüber den Vorjahren verändert hat. Mit der Selbstbewertung wird die BSC periodisch „geeicht“

Der Prozess der Selbstbewertung erfolgt dabei gemeinsam mit den Mitarbeitern in mehreren Schritten:

1. Training der beteiligten Personen: Das Training beginnt mit der Einführung in das EFQM-Modell und die RADAR-Bewertungsmatrix (s.r.). Der bevorstehende Selbstbewertungsworkshop wird anhand einiger Kriterien simuliert, so dass die Teilnehmer dabei die

EFQM

effiziente Durchführung des Workshops erlernen. Jedes Mitglied übernimmt für ein oder mehrere Kriterien des EFQM-Modells Verantwortung und stellt sicher, dass relevante Daten und Nachweise vor dem Workshoptermin verfügbar sind.

2. Datensammlung: Vor dem Selbstbewertungsworkshop trägt jeder Teilnehmer die für seine Kriterien relevanten Daten zusammen.
3. Selbstbewertungsworkshop: Zu Beginn präsentieren die Teammitglieder die gesammelten Daten und Nachweise als Grundlage für die folgende Diskussion und Konsensfindung. Die Herausforderung besteht darin Verbesserungspotenziale zu identifizieren und ein Einvernehmen über die Maßnahmen herzustellen. Idealerweise moderieren zwei ausgebildete Assessoren – ein interner und ein externer – den Workshop und stellen damit den optimalen Ablauf sicher.
4. Priorisierung und Maßnahmenpläne: Die Teilnehmer übernehmen Verantwortung für einzelne, sich aus dem Selbstbewertungsworkshop ergebende Themenbereiche und erarbeiten Vorschläge zur Maßnahmenplanung. Es werden gemeinsam Prioritäten gesetzt und Entscheidungen gefällt.

RADAR-BEWERTUNGSMATRIX

Die Selbstbewertung wird mit Hilfe der RADAR-Bewertungsmatrix durchgeführt. „RADAR“ vereint dabei die Anfangsbuchstaben der vier relevanten Dimensionen: Results, Approach, Deployment und Assessment & Review. Diese Schlüsselwörter skizzieren das Vorgehen einer Organisation laut RADAR-Logik:

- Sie plant die Ergebnisse (Results), die sie politisch und strategisch erzielen möchte.
- Sie erarbeitet und plant eine Reihe von fundierten Vorgehensweisen (Approaches), um die geplanten Ergebnisse zu erzielen.
- Sie setzt die Vorgehensweise auf systematische Art und Weise um (Deployment), um die vollständige Einführung zu sichern.
- Sie bewertet und überprüft die Vorgehensweisen regelmäßig (Assessment and Review).

Wird ein Unternehmen mit der RADAR-Bewertungsmatrix bewertet, wird jedes der neun Excellence-Hauptkriterien oder Teilkriterium nach seinem Zielerreichungsgrad evaluiert und anschließend gewichtet. Das Resultat ist eine Punktzahl zwischen 0 und 1.000, die

EFQM

das Niveau beziffert, auf dem sich das Unternehmen befindet. Diese Punktzahl ist mit der anderer Unternehmen oder dem Benchmark vergleichbar. Die Selbstbewertung erzielt folglich zwei Ergebnisse: Das Unternehmen erhält einen Zahlenwert, der die eigene Position auf dem Weg zur Business Excellence angibt, sowie eine strukturierte Liste von Stärken und Verbesserungspotenzialen.

ENTWICKLUNGSPOTENZIALE ERSCHLIESSEN

Den Schwerpunkt bei der Anwendung des EFQM-Modells macht in erster Linie die Ermittlung der internen Stärken und Verbesserungspotenziale aus. Mit Hilfe der Selbstbewertung wird der direkte Wirkungszusammenhang zwischen den eingeleiteten Maßnahmen und den daraus resultierenden Ergebnissen deutlich. Langfristiger Unternehmenserfolg ist nur möglich, wenn die Qualität aller Prozesse den aktuellen Standards entspricht und alle Beteiligten zu kontinuierlicher Verbesserung beitragen. Die prozentualen Werte der Teilkriterien der RADAR-Bewertungsmatrix geben Auskunft darüber, wo künftig Maßnahmen für Verbesserungen eingeleitet werden müssen und wie effektiv die Maßnahmen der letzten Bewertungsperiode waren.

Die Vorteile des EFQM-Modells lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- es gibt Anstöße zu strukturierten und geplanten Verbesserungsaktivitäten im Unternehmen.
- es führt zu einer systematischen, auf Fakten basierten Bewertung der Strukturen,
- es generiert reproduzierbare Ergebnisse,
- es kann auf einzelne Unternehmensbereiche angewendet werden und
- es fließt in die BSC ein.

Über das EFQM lässt sich ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess etablieren, der Unternehmen zukunftsfähig voran bringt.

“Mit der EFQM-Selbstbewertung haben wir
bisherige Fortschritte gemessen und
ermitteln zukünftige Handlungsfelder.

Es entwickelt sich ein kontinuierlicher
Verbesserungsprozess, der es uns ermöglicht
immer noch besser zu werden.”

FMP SOFTWARE

Der Future Management Process besticht durch seinen ganzheitlichen Ansatz – allerdings setzt Ganzheitlichkeit Komplexität voraus. Aus der praktischen Arbeit mit dem FMP wurde immer wieder deutlich, dass dies bei der Kommunikation des FMP im Unternehmen und bei der vollen Entfaltung der Strategie zu Hindernissen führen kann. Aus diesem Grund wurde die FMP Software entwickelt. Diese erlaubt es, in Unternehmen die Komplexität des FMP erheblich zu reduzieren und die Transparenz zu erhöhen. Gleichzeitig wird der FMP optimal kontrollier- und nachvollziehbar.

Die Software ist dabei so konzipiert, dass sie leicht verständlich aufgebaut und intuitiv bedienbar ist.

Die FMP Software ist eine moderne webbasierte Controllingssoftware, die Unternehmen bei der ganzheitlichen Zielerreichung unterstützt. Als integriertes Tool löst die FMP Software Inselösungen ab. Sie sichert einen gemeinsamen Informationsstand und fördert die Interaktion der Beteiligten. Die Mitarbeiter werden in den Strategieprozess mit einbezogen um das Verständnis für die Rolle des Einzelnen im Zielerreichungsprozess transparent darzustellen. Jeder Mitarbeiter bekommt die Möglichkeit seine Maßnahmen eigenverantwortlich zu bearbeiten.

FMP - das Softwaretool für die optimale Steuerung einer zielorientierten Umsetzung der Strategie.

EINSATZ DER FMP SOFTWARE

Jeder Schritt des FMP kann in der Software in logischer Abfolge über Standardformularmasken vollzogen werden. Die Software erstellt automatisch die Strategielandkarte. Über diese können Sie sich jederzeit vom Gesamtstatus bis hin zum Status einzelner Maßnahmen einen umfassenden Überblick verschaffen oder ganz ins Detail gehen: Mit einem Klick auf ein einzelnes strategisches Ziel reduziert sich die Ansicht und stellt nur die mit diesem Strategischen Ziel verknüpften anderen Ziele sowie die aus dem Strategischen Ziel abgeleiteten Kritischen Erfolgsfaktoren dar. Klicken Sie auf Letztere, so erscheinen sofort die entsprechenden Werttreiber, bei einem weiteren Klick können Sie die relevanten Maßnahmen einsehen. Umgekehrt können Sie sich als Mitarbeiter von der von Ihnen verantworteten Maßnahme bis zum Strategischen Ziel „nach oben“ klicken und sich so der Strategierelevanz Ihres Tuns versichern.

FMP SOFTWARE

Die FMP Software geht jedoch noch weiter, um über eine Kontrollfunktion eine effektive Umsetzung der Strategie zu unterstützen. Der Status jedes Ziels, jedes Kritischen Erfolgsfaktors, jedes Werttreibers und jeder Maßnahme ist über eine Ampelfunktion leicht ablesbar, nachdem für das Beziehungsnetz (wiederum über übersichtliche Formularmasken) Schwellen- und Rechenwerte definiert wurden. Als strategieverantwortlicher Manager können Sie mit einem Blick erkennen, welche Strategischen Ziele erhöhter Zuwendung bedürfen und um welche Sie sich „nicht kümmern“ müssen. Mit ein paar Klicks haben Sie schnell genau die Maßnahmen identifiziert, die im Verzug sind und damit die Erreichung der übergeordneten Ziele gefährdet. Dies erleichtert die Priorisierung und effektiviert die Strategieumsetzung ungemein und hilft Ressourcen und Kapazitäten zu sparen.

Mit dem Anspruch höchster Usability wurde die FMP Software über Jahre hinweg entwickelt.

SOFTWARE VORTEILE

Die **FMP Software verbindet unterschiedliche Management Methoden sinnvoll in einer Anwendung**, die in die vorhandene Unternehmens-IT integriert werden kann.

Die **FMP Software ist skalierbar** und kann für einzelne Teams bis hin zu ganzen Konzernen genutzt werden.

Die **FMP Software ist eine webbasierte Anwendung zum Festpreis**. Es können ohne zusätzlichen Kostenaufwand beliebig viele User zugeschaltet werden.

Die **FMP Software ist multilingual bedienbar** und kann somit in international agierenden Unternehmen eingesetzt werden.

FMP SOFTWARE

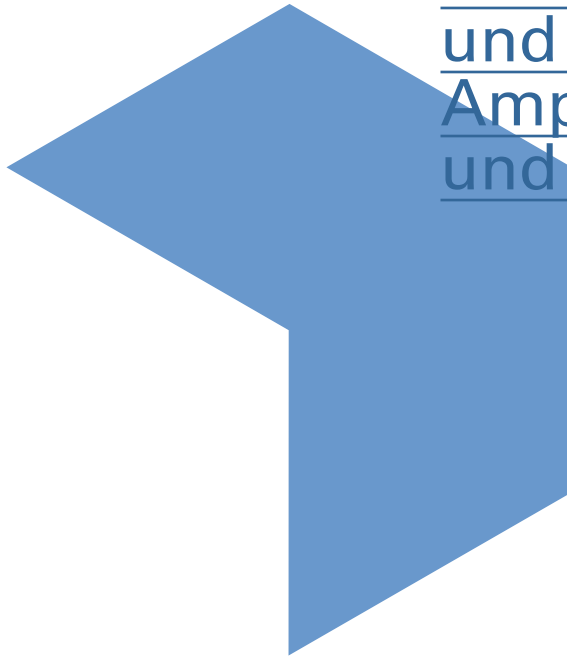
PREISMODELL

Die Software soll ermöglichen, dass alle direkt betroffenen Mitarbeiter einen Zugang bekommen um vorhandene Potenziale optimal zu schöpfen. Daher wird die FMP Software zum Festpreis angeboten, welcher unabhängig von der Nutzeranzahl ist. Neue Benutzer werden einfach in der FMP Software angelegt und mit den entsprechenden Rechten versehen. Damit ist es möglich, flexibel auf Veränderungen der Firmengröße und Firmenstruktur zu reagieren, sowie ohne weitere Kosten zu wachsen. Durch die webbasierte Technologie entfällt eine Installation an den einzelnen Arbeitsplätzen ohnehin.

	Initiierung		jährliche Mietkosten		weitere Sprachen
	Bereich	Konzern	Bereich	Konzern	
Paket 1 Leitbild + BSC	€ 4.500,-	€ 9.000,-	€ 2.250,-	€ 4.500,-	x Anzahl Sprachen
Paket 2 EFQM	€ 3.000,-	€ 6.000,-	€ 1.500,-	€ 3.000,-	x Anzahl Sprachen

Die FMP Software wird zum Festpreis angeboten, der sich je nach gewünschter Skalierbarkeit staffelt.

“Die FMP Software erleichtert die Umsetzung und Kontrolle des FMP ungemein. Alle Informationen sind zentral zugänglich und transparent. Man freut sich geradezu die Ampeln in Richtung Zukunft grün zu schalten und seinen Teil dazu beizutragen.”



ANSPRECHPARTNER

Geben Sie uns die Möglichkeit, mehr über Ihren Bedarf, Ihre Fragen und Ihre eventuellen Bedenken zu erfahren. Wir erklären Ihnen die FMP Software im von Ihnen zur Verfügung gestellten Zeitfenster. Gerne nehmen wir uns auch die Zeit, Ihnen die FMP Software in einer Online-Präsentation zu erklären.

+49.7151.96.970.0

info@future-management-process.de

teamwerk
Gesellschaft für Personal-
und Organisationsentwicklung mbH

Am Mühlbach 1
D 71384 Weinstadt

Tel.: +49.7151.96970-0
Fax: +49.7151.96970-32

E-Mail: info@teamwerk.de
Internet: www.teamwerk.de

Handelsregister: Waiblingen HRB 3141
Geschäftsführung: Klaus-Dieter Feld
Umsatzsteuer-Identifikations-Nummer: DE 164124608

Broschüre Future Management Process – Software
Verfasser: Klaus-Dieter Feld / Wanja Drews
Alle Rechte an Software und Handbüchern bei teamwerk GmbH

Haftungshinweis: Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernehmen wir keine Haftung für die Inhalte externer Links. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.

