

Mehr Erfolg mit Best Effect Scorecards

Erst die erfolgreiche Umsetzung durch engagierte Mitarbeiter garantiert, dass die strategischen Unternehmensziele mit Balanced Scorecards auch wirklich erreicht werden.



Mag. Franz Zuckerstätter

Viele Unternehmensstrategien scheitern heute an der mangelnden Umsetzung. Die strategische Cleverness einzelner Top-Manager oder Stabstellen ist nur eine Seite der Medaille. Wenn die Vision, Mission und die strategischen Ziele nicht bis zur untersten Mitarbeiterebene ausreichend klar kommuniziert werden, ist die „Schlacht“ schon verloren. Reine Zielvorgaben mit Druck von oben funktionieren heute nicht mehr.

Was Unternehmen heute wirklich voran bringt, sind engagierte Mitarbeiter, die die Ziele des Unternehmens und ihren eigenen Beitrag dazu kennen. Werden die Fähigkeiten und Potenziale der einzelnen Mitarbeiter konsequent darauf ausgerichtet und gefördert, entsteht ein positives Gewinnerklima, das alle Prozesse weiter beschleunigt.

Die Balanced Scorecards ...

Die Balanced Scorecard (BSC) ist eine neue Management-Methode, mit der die strategischen Ziele des Unternehmens genau formuliert und kommuniziert werden, sodass sie von den Mitarbeitern aller Ebenen verstanden und umgesetzt werden können. Im Mittelpunkt steht dabei das „Commitment“ der Mitarbeiter, aktiv zum Erfolg des Unternehmens beitragen zu wollen.

Die Vision und Mission lässt jedem Mitarbeiter den Sinn und Wert seiner Aufgaben erkennen.

Zu diesem Zweck werden Kennzahlen ermittelt sowie jene Faktoren definiert und messbar gemacht, die diese Kennzahlen beeinflussen.

Bildlich gesprochen ist jede Kennzahl ein Glied in der Kette von Ursache und Wirkung. Am Ende der Kette befindet sich das finanzwirtschaftliche Ergebnis des Unternehmens.

Das beste Zeugnis einer erfolgreich umgesetzten Unternehmensstrategie dokumentiert sich im Erreichen der geplanten finanzwirtschaftlichen Ziele auf der obersten Ebene.

.. und ihre vier Perspektiven

Robert S. Kaplan und David P. Norton, die „Erfinder“ der BSC, beschreiben die vielfältigen Ursache-Wirkungsbeziehungen in einem Unternehmen mit Hilfe von vier Perspektiven:

1. Finanzwirtschaftliche Perspektive:

Die Kernfrage lautet hier: Welche finanziellen Ziele müssen erreicht werden, um die Kapitalgeber zufrieden zu stellen?

2. Kundenperspektive:

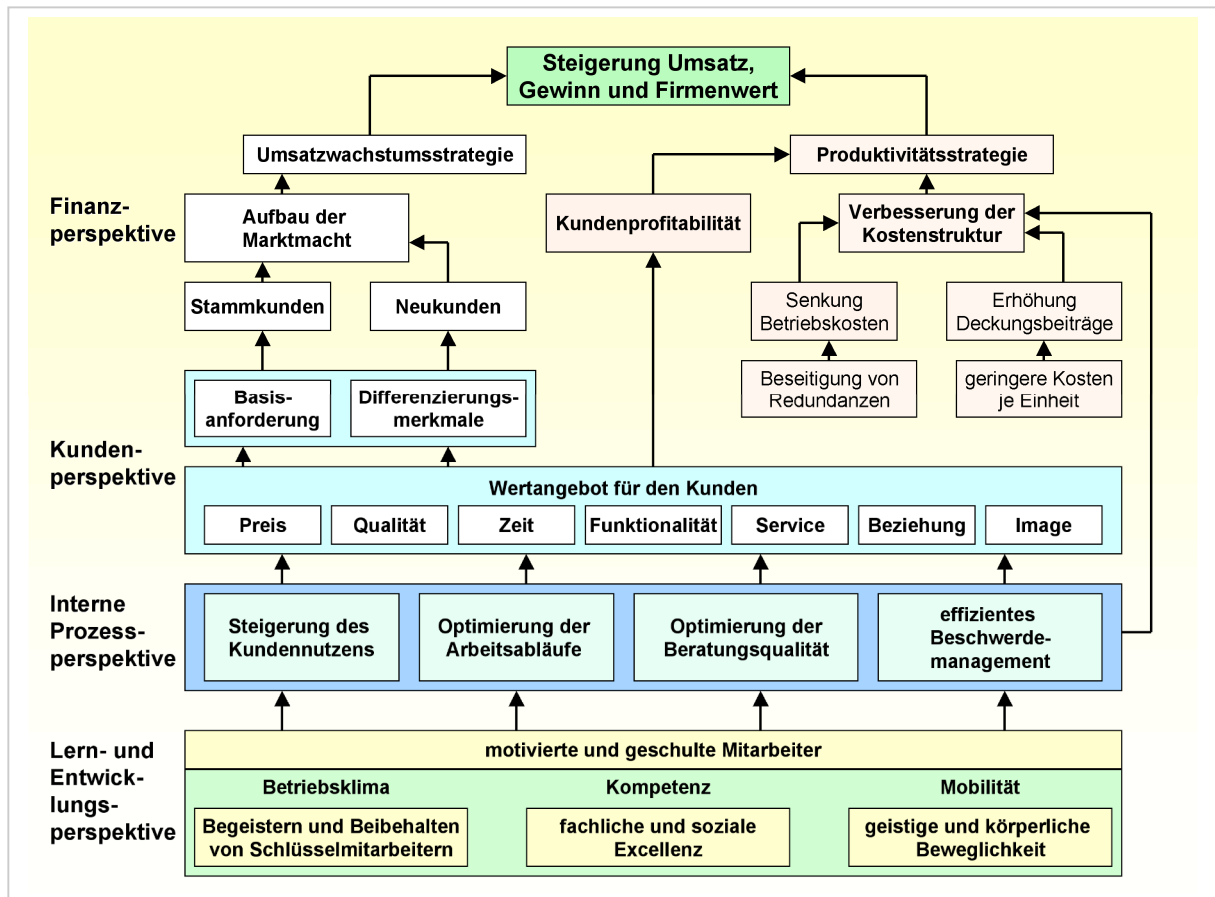
Hier geht es um die Markt- und Kundenseite. Wie muss das Unternehmen in den Augen der Kunden erscheinen, damit sie bei uns kaufen und bei uns bleiben, damit wir unsere finanziellen Ziele erreichen?

3. Interne Prozessperspektive

Sie konzentriert sich auf jene kritischen Prozesse, um den Anforderungen und Erwartungen der Kunden gerecht zu werden.

4. Lern- und Entwicklungsperspektive

Sie beschreibt, welche Fähigkeiten, Potenziale und welches Wissen die Mitarbeiter brauchen, damit alle internen Prozesse reibungsfrei und effizient ablaufen können und ein langfristiges Wachstum gesichert werden kann.



Viele klassische Balanced Scorecard Systeme sind gescheitert, weil die wichtigsten Problembereiche zu wenig beachtet wurden:

- ☞ mangelnde Kommunikation durch das Top-Management
- ☞ einseitige Orientierung an finanziellen Zielen
- ☞ zu großer Zeitdruck
- ☞ unrealistische Ziele und mangelnde Klarheit bei der Zieldefinition

Best Effect® Scorecards – die Weiterentwicklung

Best Effect hat das klassische Balanced Scorecard System weiterentwickelt und mit den Erkenntnissen der Gewinner Methode verknüpft. Damit entstand ein stark **motivations-orientiertes Bottom-up System**. In diesem erkennt jeder Mitarbeiter – egal in welcher Funktion und hierarchischen Ebene – seinen Beitrag zur Zielerreichung und unterstützt die Strategie mit Begeisterung.

Die Best® Effect Scorecards zeigen ihre Stärken vor allem in folgenden Bereichen:

1. bessere Formulierung und Kommunikation der Unternehmensziele
2. leichte Identifizierung der kritischen Erfolgsfaktoren
3. klares Erkennen der wichtigsten Wettbewerbsfaktoren
4. Fokus auf wenige aber erfolgskritische Faktoren
5. Und das Wichtigste: Einbindung und Mitverantwortung aller Mitarbeiter, damit die Strategie zu einem Teil ihrer täglichen Arbeit wird.

Mag. Franz Zuckerstätter ist Unternehmensberater, Verkaufstrainer und Referent der RAK

A-1120 Wien, Siebertgasse 10/12
Tel: +42 (1) 812 29 73

zuckerstaetter@besteffect.at

www.besteffect.at