

INPUT / CHECKLISTE

Gewusst wie:

So verbessern Sie Ihre Innovationsfähigkeit

Wer in Zukunft im Detailhandel erfolgreich bestehen will, muss erkennbare Mehrwerte anbieten, Neuerungspotenzial und Marktchancen noch vorausschauender erkennen und schneller als die Konkurrenz umsetzen können. Die folgende Checkliste gibt wesentliche Prüfpunkte mit auf den Weg.

1. Analyse Unternehmung und Umwelt

Die Richtigkeit von Leitbildern, Unternehmens- und Marketingzielen sowie der Erfolg der daraus abgeleiteten Entscheidungen und Massnahmen stehen und fallen mit der Qualität der ihnen zu Grunde liegenden Informationen aus der eigenen Unternehmung und ihres Umfeldes.

Eigene Unternehmung (ev. auch wichtige Teilbereiche)

- Umsatz, Gewinn, Deckungsbeiträge, Marktanteile
- Wirkung der Marketing-Instrumente: wichtige Erfolge und Misserfolge
- Strategische Vorteile/Engpässe
- Expansionschancen
- Personelle Situation, Know how der Führung/Mitarbeitenden, Führungsinstrumente
- Kundenmerkmale, -reaktionen, -beobachtungen
- Firmenspezifische Besonderheiten (*Marketing, Personal, Technologie u.a.*)

Umfeld der Unternehmung

- Situation/Entwicklungen auf Absatz- und Beschaffungsmärkten
- Situation/Entwicklungen in Wirtschaft, Politik, Gesetzgebung
- Soziale, gesellschaftliche, technologische, ökologische Entwicklungen
- Nationale, regionale, lokale Einflüsse und Besonderheiten

2. Operative Prüfpunkte

Im Anschluss an die strategische Analyse der Unternehmung und deren Umwelt (Soll-Ist-Vergleich) werden die operativen Voraussetzungen zu einer verbesserten Innovationsfähigkeit abgeklärt.

Führung und Organisation

- Wird das unternehmerische Handeln durch Leitbilder, Ziele und Werte geprägt?
- Werden diese von allen verstanden und angewendet?
- Haben die vorgesetzten Stufen Vorbildfunktion?
- Wie umfassend/transparent erfolgt die interne Information? (*Identifikation mit der Firma!*)

- Ist die Organisation in unserem Betrieb konsequent kundenorientiert?
- Wie flach sind unsere Hierarchien (*strategischer KMU-Erfolgsfaktor!*)
- Sind unsere Betriebsstrukturen aufgaben- und nicht personenbezogen?
- Orientieren sich die Arbeitsabläufe an Aufgaben statt Strukturen?
- Werden Teamarbeit/flexible Projektgruppen konsequent gefördert? (*gemeinsame Ideenfindung, Förderung Teamgeist!*)

Lernendes Unternehmen

- Wie reagieren wir auf Fehlermeldungen? Wie werden sie bearbeitet?
- Wie funktioniert unser Vorschlagswesen? Was passiert konkret mit den Vorschlägen?
- Wie werden externe Vorschläge erfasst und bearbeitet? (*Kunden, Lieferanten u.a.*)
- Werden Fehlverkäufe systematisch erfasst und bearbeitet?

- Ist unsere Organisation so aufgebaut, dass Verbesserungen effektiv einfließen können?
- Werden Reklamationen als Anregungen zu Verbesserungen statt als Kritik gesehen?
- Geschieht mit diesen Anregungen auch tatsächlich etwas?

- Wie tolerant und vertrauensfördernd gehen wir mit Fehlern um?
- Wissen das auch meine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter? Handeln sie danach?
- Wie gehen wir mit auftretenden Widerständen um?
- Erkennen wir das darin enthaltene Verbesserungspotenzial?

Personalentwicklung

- Wie werden die benötigten Mitarbeiterfähigkeiten aufgedeckt, entwickelt, gefördert?
- Wie fördern wir unternehmerisch denkende Mitarbeitende?
- Haben wir eine gute Durchmischung von altem und neuem Wissen?
- Fördern wir dadurch neue Sichtweisen, Toleranz und abwechslungsreiche Arbeiten?

Strategische Schlussfolgerungen

Aus diesen und ähnlichen, auf das Unternehmen ausgerichteten Fragestellungen und Analysen ergeben sich die Schlussfolgerungen und Zielsetzungen. Für das Unternehmen, einzelne Teilbereiche und Warengruppen.

- Welche Wettbewerbsposition sollen, können, wollen wir erreichen?
- Welche Stärken sind zu forcieren, welche Schwächen zu reduzieren/eliminieren?
- Wo sind Umsatzsteigerungen möglich, wo ist mit Stagnation zu rechnen?
- Was ist nötig, um Verlustquellen zu eliminieren/mindern?
- Welche Trend- und Kundenbeobachtungen sind für zukünftige Erfolge wesentlich?
- Welche Marktbearbeitungsmassnahmen müssen/können eingeleitet werden? (*Preis, Sortiment, Werbung, Verkaufsförderung, PR, Dienstleistungen*)
- Welche Investitionen werden dadurch ausgelöst?
- Welche Arbeitsabläufe müssen verbessert, vereinfacht, eliminiert werden?
- Welche Möglichkeiten der Produktinnovation haben wir? Wie spüren wir sie auf?
- Welche innovativen Dienstleistungen können wir parallel dazu entwickeln/vermarkten?
- Wie erzielen wir in unseren Abläufen zusätzlichen Kundennutzen?
- Wie können wir unseren Innovationsvorsprung kontrollieren und halten?
- Welche Hindernisse/Innovationsrisiken gibt es? Wie können wir sie vermeiden?
- Welche Anreizsysteme fördern unsere Innovationsfähigkeit zusätzlich?

Wichtig: Prüfen Sie bitte nicht nur, welche Etappen und Massnahmen Sie bereits kennen. Überlegen Sie vielmehr bei allen Prüfpunkten, was Sie tatsächlich tun und wo Sie welches Verbesserungspotenzial besitzen. Nach dieser (selbstkritischen!) Analyse formulieren Sie Ihre Ziele, Planungsschritte und Massnahmen. Dann setzen Sie die nötigen Kontrollen (inkl. Kontrollinstrumente und Termine) fest.