

Datum:	Note 6	Note 5	Note 4	Note 3	Note 2	Note 1
	Fitnesszone III		Fitnesszone II		Fitnesszone I	
Handlungsfeld T1 Sich selbst führen – Führungspersönlichkeit sein	Ich fühle mich persönlich überfordert: Ich bin ausgelaugt, antriebslos, reizbar, soziale Kontakte sind auf ein Minimum beschränkt. <input type="checkbox"/>	Vieles gelingt, und trotzdem bleibt vieles unerledigt, nach dem Leitspruch „Keine Zeit“. <input type="checkbox"/>	Meine Rolle im Arbeits- und Privatleben ist geklärt. Ich kann Fragen beantworten wie: „Was kann ich?“ „Wohin will ich?“ <input type="checkbox"/>	Die meisten Lebensbereiche sind in guter Balance. Zur Berufung als Führungskraft gibt es ein klares „Ja“ von mir selbst, meiner Familie, Freunden, Mitarbeitern und Kunden. <input type="checkbox"/>	Lebensziele und Lebensmotto für meine Lebensbereiche sind geklärt und existieren schriftlich. Das meiste gelingt in der Umsetzung. Ich kenne meine eigenen charakterlichen Eigenheiten und entwickle mich weiter. <input type="checkbox"/>	Im Hinblick auf Selbstmanagement, Führungskompetenz und charakterliche Reife habe ich Vorbildfunktion. Auf mein Umfeld wirke ich prägend und inspirierend. <input type="checkbox"/>
Handlungsfeld T2 Werte und Leitbild entwickeln und leben	Über Aspekte wie Zielfoto, Mission, Werte und Leitbild haben wir noch nie nachgedacht. Das operative Geschäft dominiert. <input type="checkbox"/>	Wichtige zukünftige Entwicklungen (zum Beispiel Zielgruppenbedürfnisse, Innovationen, Geschäftsfelder) werden direkt und ohne weitere Planung ins Tagesgeschäft einbezogen. <input type="checkbox"/>	Wir haben ein Bild von der Zukunft meines Unternehmens. Themen wie Werteorientierung und Verhaltensspielregeln werden diskutiert. <input type="checkbox"/>	Es gibt ein schriftliches Unternehmensleitbild, das die Grundlage für das Planen und Handeln im Alltag darstellt. Werte und Spielregeln sind notiert und bekannt. <input type="checkbox"/>	Das Leitbild und die Wertebasis werden von uns im Alltag gelebt und stellen die Grundlage für Entscheidungen dar. <input type="checkbox"/>	Eine dynamische, wertorientierte Organisation lebt. Die Begeisterung für Werte und Ziele inspiriert alle Mitarbeiter, Lieferanten und Kunden. <input type="checkbox"/>
Handlungsfeld T3 Strategisch planen	Das Tagesgeschäft dominiert unseren Tagesablauf. Die Zeit für strategische Planung fehlt. <input type="checkbox"/>	Die Zeit für strategische Planung fehlt und das kurzfristige Handeln verhindert eine langfristige Planung. Statt konkreter Ziele haben wir nur gut gemeinte Absichten. <input type="checkbox"/>	Ziele sind wichtig. Wir haben sie als maßgeblich für die Entwicklung und als Grundlage der Unternehmensstrategie erkannt und können mit diesem Wissen auch Prioritäten setzen. <input type="checkbox"/>	Wir kennen die Bedürfnisse unserer Kunden und unserer Mitarbeiter. Auf Grundlage dieser Kenntnisse existiert eine mittelfristige Planung zur Entwicklung unseres Unternehmens (drei Jahre). <input type="checkbox"/>	Eine langfristige Planung existiert (fünf Jahre). Wir erreichen unsere Planziele. Prognosen über die Unternehmens- und Marktentwicklung werden punktuell in die Planung einbezogen. <input type="checkbox"/>	Gut durchdachte Planungsszenarien ermöglichen eine souveräne Reaktion auf „überraschende“ Ereignisse. Marktentwicklungen beziehen wir systematisch ein. Das Unternehmen gestaltet Zukunft aktiv mit. <input type="checkbox"/>
Handlungsfeld T4 Mitarbeiter auswählen	Wir stellen an neuen Mitarbeitern ein, was uns zur Verfügung steht. <input type="checkbox"/>	Das Anforderungsprofil ist ungeklärt. Es existieren keine Auswahlkriterien. Es wird aktiv nach Bewerbern gesucht. <input type="checkbox"/>	Die Bewerberauswahl erfolgt nach Aufgabenbeschreibung und Anforderungsprofil. Externe (öffentliche) Vermittlungsstellen werden zurate gezogen. <input type="checkbox"/>	Die Bewerberauswahl erfolgt sorgfältig nach definierten und abgestimmten Anforderungsprofilen. <input type="checkbox"/>	Nicht die besten Bewerber werden genommen, sondern die richtigen. Anforderungsprofil und Aufgabenbeschreibungen werden beständig im Team weiterentwickelt und den Anforderungen angepasst. <input type="checkbox"/>	Nicht der Beste, sondern der Richtige wird eingestellt. Das Team entscheidet mit. Person, Aufgabe und Werte werden sorgfältig abgeglichen. Persönliche Entwicklungsperspektiven sind definiert. <input type="checkbox"/>
Handlungsfeld T5 Erfolg mit Mitarbeitern vereinbaren	Mein Unternehmen funktioniert nach dem Prinzip von „Befehl und Gehorsam“. <input type="checkbox"/>	Es gibt sporadische Treffen im Führungskreis. <input type="checkbox"/>	Planungstreffen mit Führungskräften finden regelmäßig statt (mindestens einmal pro Jahr.) Es wird ein Jahresmotto vereinbart. <input type="checkbox"/>	Es gibt individuelle Zielvereinbarungen mit den Führungskräften. Die Umsetzung der Ziele wird sporadisch begleitet. <input type="checkbox"/>	Alle Mitarbeiter sind in den Prozess der Zielvereinbarung und Umsetzung eingebunden. Individuelle Mitarbeitergespräche unterstützen die Umsetzung und den Mitarbeiter. <input type="checkbox"/>	Mitarbeiter beteiligen sich in außergewöhnlicher Weise an der Erarbeitung und Umsetzung der eigenen Ziele und der Unternehmensziele. Werden die Unternehmensziele erreicht, profitieren alle davon. <input type="checkbox"/>
Handlungsfeld T6 Profitabel wirtschaften	Die Kontostände stellen die Grundlage für Entscheidungen dar. Eine Finanzplanung haben wir nicht. <input type="checkbox"/>	Wir haben erkannt, dass außer dem Umsatz noch andere wichtige Kenngrößen existieren. Betriebswirtschaftliche Auswertungen (BWAs) werden sporadisch erstellt. <input type="checkbox"/>	Wir haben die für uns wichtigen Kennzahlen definiert. Es gibt regelmäßige Kennzahlenvergleiche (monatlich oder quartalsweise). Die Ergebnisse nutzen wir jedoch nur sporadisch. <input type="checkbox"/>	Maßnahmen aus dem Kennzahlenvergleich werden teilweise umgesetzt. Die Wirksamkeit der Maßnahmen liegt über 75 Prozent. <input type="checkbox"/>	Unsere entscheidenden Kennzahlen werden regelmäßig mit den besten Unternehmen unserer Branche abgeglichen, und es werden entsprechende Maßnahmen ergriffen, falls die Kennzahlen abweichen. <input type="checkbox"/>	Bei den entscheidenden Kennzahlen liegen wir mit vergleichbaren Dienstleistern an der Spitze. <input type="checkbox"/>
Handlungsfeld T7 Außen darstellung gestalten	Es gibt wenig Öffentlichkeitsarbeit. Ein einheitliches Erscheinungsbild wird nicht genutzt. <input type="checkbox"/>	Zu besonderen Anlässen versuchen wir, die Öffentlichkeit zu informieren. Das Firmenlogo wird gelegentlich benutzt. <input type="checkbox"/>	Zur Öffentlichkeitsarbeit werden externe Profis hinzugezogen. Es herrscht ein Bewusstsein für die Wichtigkeit einer aussagekräftigen Unternehmensrepräsentation in der Öffentlichkeit. <input type="checkbox"/>	Ein Jahresthemenplan für die Innen- und Außer darstellung liegt vor und wird umgesetzt. Ein einheitliches Erscheinungsbild existiert in allen wesentlichen Unternehmensbereichen. <input type="checkbox"/>	Die Öffentlichkeitsarbeit ist auf unsere Unternehmensstrategie und Positionierung ausgerichtet. Unsere Marktposition überprüfen wir und bauen diese weiter aus. <input type="checkbox"/>	Unser Unternehmen ist als vertrauenswürdige und starke Marke bekannt. Die Medien kommen auf uns zu, um gezielt zu berichten. <input type="checkbox"/>

Datum:	Note 6	Note 5	Note 4	Note 3	Note 2	Note 1
	Fitnesszone III		Fitnesszone II		Fitnesszone I	
Handlungsfeld E1 Kernkompetenzen entwickeln	Unsere eigentlichen Kernkompetenzen sind unklar und schwammig. <input type="checkbox"/>	Wir haben Kernkompetenzen nur in geringerem Maß entwickelt und fokussieren uns nicht auf sie. Wir nutzen sie nur sporadisch (auf Kundenanfrage). <input type="checkbox"/>	Unsere Kernkompetenzen sind die zentrale Richtlinie unseres Handelns. <input type="checkbox"/>	Auf Basis der Mitarbeiteranalysen bauen wir unsere Kernkompetenzen aus, um auf unserem Markt gut existieren und aktuelle oder zukünftige Kundenbedürfnisse befriedigen zu können. <input type="checkbox"/>	Wir erfassen mögliche Marktentwicklungen und versuchen, unsere bestehenden Kernkompetenzen entsprechend auszubauen. <input type="checkbox"/>	Neue Kernkompetenzen entwickeln wir beständig und systematisch, um mit unserem Unternehmen auf zukünftsträchtigen Märkten aktiv sein zu können. <input type="checkbox"/>
Handlungsfeld E2 Zielgruppen fokussieren	Wir forcieren unsere Lieblingsprodukte und -dienstleistungen ohne Berücksichtigung der Bedürfnisse unserer Zielgruppe. <input type="checkbox"/>	Wir sehen überall potenzielle neue Kunden und bedienen diese ohne Rücksicht auf unsere Kernkompetenzen oder Unternehmensziele. <input type="checkbox"/>	Unser Unternehmen arbeitet mit den verschiedensten Zielgruppen. Wir berücksichtigen zunehmend deren Bedürfnisse und schätzen das Potenzial der Zielgruppe für uns ein. <input type="checkbox"/>	Neben einer erfolgreichen Basisarbeit treffen wir eine Vorauswahl für wichtige Zielgruppen und ermitteln deren Bedürfnisse. Wir berücksichtigen diese Bedürfnisse und schätzen das Potenzial der Zielgruppe für uns ein. Wir experimentieren mit ersten erkennbaren Erfolgen bei ausgewählten Zielgruppen. <input type="checkbox"/>	Wir kennen die gegenwärtigen und zukünftigen Bedürfnisse unserer Zielgruppen und finden spezifische Angebote für jede unserer Zielgruppen. <input type="checkbox"/>	Wir sind die erste Adresse in unserer Nische und damit Zielgruppenbesitzer. <input type="checkbox"/>
Handlungsfeld E3 Servicequalität steigern	Produkte und Dienstleistungen bilden den Mittelpunkt unseres Unternehmens. Service am und für den Kunden spielt keine Rolle. <input type="checkbox"/>	Im Wettbewerb wird uns klar, dass der Service für die Kundenbindung und -gewinnung überlebenswichtig ist. <input type="checkbox"/>	Wir setzen den Servicegedanken um und praktizieren ihn. Der Service gewinnt zunehmend an Bedeutung. <input type="checkbox"/>	Es gibt Schulungen für unsere Mitarbeiter, und die neuen Ideen werden in regelmäßigen Besprechungen auf ihre Umsetzbarkeit überprüft. <input type="checkbox"/>	Unser Unternehmen hat Servicestandards definiert und hat immer wieder innovative Serviceideen. Kunden melden dies als „angenehm“ zurück. <input type="checkbox"/>	Die Serviceleistungen verblüffen unsere Kunden immer wieder aufs Neue. Es gibt ein externes Serviceiegel und regelmäßige unabhängige Überprüfungen durch Fremdfirmen. <input type="checkbox"/>
Handlungsfeld E4 Innovationsfähigkeit ausbauen	Im Unternehmen herrscht die Meinung: „Was gestern gut war, kann heute nicht schlecht sein.“ <input type="checkbox"/>	Wir haben erkannt, dass Dienstleistungen regelmäßig überprüft und angepasst werden sollten. Neue Produkte integrieren wir nur sporadisch und spontan. <input type="checkbox"/>	Die Angebotspalette wird durchleuchtet und einzelne Dienstleistungen werden zu Dienstleistungspaketen zusammengeführt. <input type="checkbox"/>	Bestehendes wird zielgruppenorientiert weiterentwickelt (kundenorientierte Lösungsvorschläge). Neue Produkte werden geprüft und nach Bauchgefühl eingeführt. <input type="checkbox"/>	Bestehendes wird regelmäßig infrage gestellt, laufend verbessert oder durch andere bessere Dienstleistungen ersetzt. Neue Produkte werden zunächst im kleinen Rahmen vertrieben und anhand von Rückmeldungen verbessert und dann eingeführt. <input type="checkbox"/>	Das Unternehmen hat ein Sortiment von Dienstleistungen und Produkten mit Alleinstellungsmerkmal. Die Bedürfnisse der Zielgruppe werden regelmäßig analysiert, Produkte und Produktpalette werden angepasst. <input type="checkbox"/>
Handlungsfeld E5 Verkauf stärken	Es gibt keine Maßnahmen zur Gewinnung neuer Kunden. Wir werden nur auf Anfrage potenzieller Kunden aktiv. Es erfolgt keine Marktbearbeitung. <input type="checkbox"/>	Wir versuchen gelegentlich, neue Kunden zu gewinnen. Unser Dienstleistungsangebot wird unregelmäßig veröffentlicht (Website, Anzeigen). <input type="checkbox"/>	Wir haben ein Konzept für die Kundenfindung. Regelmäßig kommunizieren wir unsere Angebote (Presse, Website). <input type="checkbox"/>	Alle Mitarbeiter sind sich der Bedeutung von Kundenfindung und -bindung bewusst. Verkauft wird aktiv durch einzelne Mitarbeiter. <input type="checkbox"/>	Unsere Mitarbeiter kennen und engagieren sich für die Leistungen des gesamten Unternehmens. Sie können deren Nutzen darstellen und sprechen gezielt Empfehlungen aus. <input type="checkbox"/>	Unsere Mitarbeiter empfehlen nicht nur, sondern wirken aktiv bei der Gewinnung und Aktivierung der Kunden bzw. beim Verkauf von zusätzlichen Dienstleistungen und Produkten mit. <input type="checkbox"/>
Handlungsfeld E6 Kundenzufriedenheit messen	Die Kundenzufriedenheit wird nicht ermittelt. <input type="checkbox"/>	Kundenzufriedenheit ist ein Thema, über das „gesprochen“ wird. Es wird jedoch nichts umgesetzt. <input type="checkbox"/>	Die Zufriedenheit der Kunden wird sporadisch ermittelt und ausgewertet. Dabei werden alle Kunden befragt. <input type="checkbox"/>	Die Zufriedenheit aller Kunden ist bekannt, die Ergebnisse fließen in das Tagesgeschäft mit ein. <input type="checkbox"/>	Daten über Kundenbetreuung, Kundenerwartung und Kundenbindung liegen allen Mitarbeitern vor und stellen die Handlungsgrundlage dar. <input type="checkbox"/>	Zwischen den Mitarbeitern des Unternehmens und den einzelnen Kunden besteht ein individueller Dialog. Die Zufriedenheit wird ständig gemessen und die Ergebnisse fließen in das Tagesgeschäft und die Strategie ein. <input type="checkbox"/>
Handlungsfeld E7 Kundenbeziehungen pflegen	Kundenbeziehungen werden nicht bewusst gepflegt. <input type="checkbox"/>	Kurzfristiger Erfolg und Alltagsgeschäft sind wichtiger als langfristige Kundenbindung. <input type="checkbox"/>	Kundenbeziehungen werden sporadisch gepflegt (zum Beispiel durch Zusendung einer Weihnachtsgrußkarte). <input type="checkbox"/>	Es wird versucht, alle Kundenbeziehungen ohne Vorauswahl zu pflegen. Der Aufwand ist enorm und führt ggf. zur Frustration. <input type="checkbox"/>	Kunden werden nach ihrer Bedeutung und ihren Betreuungswünschen klassifiziert und „gepflegt“. <input type="checkbox"/>	Das Unternehmen hat Kultstatus. Begeisterte Kunden sind „Fans“ und werben viele neue. Weiterempfehlungen werden gezielt forciert. <input type="checkbox"/>

Datum:	Note 6	Note 5	Note 4	Note 3	Note 2	Note 1
	Fitnesszone III		Fitnesszone II		Fitnesszone I	
Handlungsfeld M1 Offen kommunizieren und informieren	Es wird nicht kommuniziert und informiert – Misstrauen und Tabus bestimmen den Alltag. <input type="checkbox"/>	Nur vereinzelt und punktuell erhalten Mitarbeiter Informationen. Es wird mehr übereinander als miteinander geredet. <input type="checkbox"/>	Über die Themen des Fachgebiets hinaus wird nicht kommuniziert. Anlassbezogen werden Mitarbeitergespräche geführt. Einige Mitarbeiter werden beiläufig über aktuelle Themen informiert. <input type="checkbox"/>	In regelmäßigen Gesprächsrunden werden einige Mitarbeiter über zentrale Entwicklungen informiert. Mitarbeitergespräche finden systematisch statt. Konflikte werden als Chance erkannt. <input type="checkbox"/>	Regelmäßiger und strukturierter Wissensaustausch findet auf und zwischen allen Geschäftsbereichen und Ebenen des Unternehmens statt. Es herrscht eine offene Kommunikation, Konflikte werden frühzeitig angesprochen. <input type="checkbox"/>	Ein konstruktiver und aufrichtiger Informationsaustausch und Umgang kennzeichnen das Miteinander im Unternehmen und darüber hinaus. Es herrscht ein hohes Maß an Transparenz (Aushang, Intranet). <input type="checkbox"/>
Handlungsfeld M2 Mitdenken fördern	Es herrscht Dienst nach Vorschrift. Unsere Mitarbeiter werden nicht als Problemlöser erkannt und sehen sich selbst auch nicht als solche. <input type="checkbox"/>	Wichtige zukünftige Entwicklungen und Innovationen werden durch den Chef oder die Führungskräfte in unser Unternehmen eingebracht und unreflektiert umgesetzt. <input type="checkbox"/>	Unsere Mitarbeiter machen Vorschläge zu ihren Bereichen in Bezug auf Abläufe und technische Aspekte, trotzdem erfolgen Verbesserungen eher zufällig. <input type="checkbox"/>	Wir haben ein strukturiertes Verbesserungs- und Vorschlagswesen, in dem Verbesserungen unbürokratisch umgesetzt werden. Alle bringen sich ein. <input type="checkbox"/>	Alle Mitarbeiter erhöhen die Wirksamkeit des Unternehmens permanent durch Achtsamkeit, Mitdenken und aktives Umsetzen. <input type="checkbox"/>	Eine Kultur ständiger Verbesserung existiert. Veränderungen beziehen sich auf Großes und Kleines, und wir haben den Mut und die Fähigkeiten, auch ganze Systeme neu zu denken. <input type="checkbox"/>
Handlungsfeld M3 Entwicklung fördern	Langjährige Betriebszugehörigkeit gilt als ausreichende Kompetenz. Weiterbildung ist nicht gefragt. <input type="checkbox"/>	Unsere Führungskräfte und Mitarbeiter besuchen vereinzelt angebotene Weiterbildungsmaßnahmen. Die Auswahl erfolgt spontan. <input type="checkbox"/>	Die Wichtigkeit der Weiterbildung ist erkannt. Mitarbeiter und Führungskräfte besuchen regelmäßig Weiterbildungsmaßnahmen. <input type="checkbox"/>	Individuelles Entwicklungspotenzial der Mitarbeiter ist erkannt und ist die Basis für persönliche Weiterbildung. Mitarbeiter werden gemäß ihren Stärken eingesetzt. <input type="checkbox"/>	Das Unternehmen nutzt gezielt Weiterbildungsmaßnahmen. Diese werden individuell an das Unternehmen und die Mitarbeiter angepasst. <input type="checkbox"/>	Weiterbildungsmaßnahmen werden auf die Strategie des Unternehmens abgestimmt. Es findet ein gegenseitiges Fordern und Fördern zwischen allen Hierarchieebenen statt. Unsere Mitarbeiter entscheiden selbst. <input type="checkbox"/>
Handlungsfeld M4 Verantwortung tragen – Entscheidungen treffen	Ich als Chef entscheide, die Verantwortung liegt bei mir. Die Mitarbeiter dürfen nicht selbstständig entscheiden. <input type="checkbox"/>	Mitarbeiter werden bei der Entscheidungsfindung punktuell hinzugezogen. <input type="checkbox"/>	Unsere Mitarbeiter diskutieren, geben ihr Votum ab, aber ich als Chef entscheide. <input type="checkbox"/>	Unsere Mitarbeiter entscheiden in ihren Fachbereichen im Rahmen von Budgets und Kompetenzen allein. <input type="checkbox"/>	Alle Mitarbeiter dürfen ihren Bereich betreffende Entscheidungen selbst treffen. Ich als Unternehmer bin in operative Entscheidungen so gut wie nicht mehr eingebunden. <input type="checkbox"/>	Die Mitarbeiter treffen, nach Möglichkeit unter Einbeziehung aller Betroffenen, gut abgestimmte und hochwertige Entscheidungen. <input type="checkbox"/>
Handlungsfeld M5 Vertretungsfähigkeit garantieren	Jeder arbeitet in vorgegebenen und abgegrenzten Funktionsbereichen. Eine Dokumentation von Arbeitsabläufen existiert nicht. <input type="checkbox"/>	Krankheit von Mitarbeitern und ähnliche Engpässe lösen vorübergehende Diskussionen über die Notwendigkeit von Vertretungsregelungen aus. <input type="checkbox"/>	Innerhalb des Unternehmens erwerben unsere Mitarbeiter durch gegenseitige Einarbeitung und Schulung weitere Qualifikationen. Das Bewusstsein für die Bedeutung der Dokumentation der Arbeitsabläufe ist vorhanden. <input type="checkbox"/>	Die wichtigsten Geschäftsabläufe sind dokumentiert. Es existieren Vertretungsregelungen für die wichtigsten Bereiche. <input type="checkbox"/>	Unsere Mitarbeiter schulen sich gegenseitig und stellen ihr Wissen bereichsübergreifend zur Verfügung. Geschäftsabläufe sind durchgängig dokumentiert und schnell verfügbar. <input type="checkbox"/>	Schulungen werden von den Mitarbeitern laufend und selbst organisiert angepasst. Engpässe gibt es nicht, da Mitarbeiter nicht nur bereichsübergreifend einsetzbar sind, sondern unaufgefordert Lösungen erarbeiten und auf den Weg bringen. <input type="checkbox"/>
Handlungsfeld M6 Gemeinsam planen, arbeiten und feiern	Jeder Mitarbeiter erhält seinen Lohn bzw. sein Gehalt. <input type="checkbox"/>	Es gibt eine Erfolgsbeteiligung, allerdings nur für Führungskräfte. Im Übrigen überwiegt das Alltagsgeschäft. <input type="checkbox"/>	Es gibt eine Erfolgsbeteiligung auch für die Mitarbeiter. Die Höhe lege ich als Chef fest. Es gibt immer mal wieder gemeinsame Aktionen des „Feierns“. <input type="checkbox"/>	Alle Mitarbeiter partizipieren am Erfolg über eine regelmäßige Erfolgsbeteiligung oder regelmäßige Zuwendungen. Nicht nur der Einzelne, auch das Team profitiert. <input type="checkbox"/>	Unternehmerisches Denken ist die Basis des Handelns aller Mitarbeiter. Mit Ressourcen wird verantwortlich umgegangen, als wäre es die eigene Firma. Es wird eine Gemeinschaft gelebt und füreinander eingestanden. <input type="checkbox"/>	Die Identifikation ist so ausgerichtet, dass alle Höhen und Tiefen gemeinsam getragen werden. Ein Urlaubs- und Gehaltsverzicht „würde“ im Falle einer Krise von 80 Prozent der Belegschaft mitgetragen werden. Es herrscht ein ausgeprägtes „Wir“-Gefühl. <input type="checkbox"/>
Handlungsfeld M7 Mitarbeiter wertschätzen	Angst und Druck dominieren. Unsere Mitarbeiter „kosten Geld“. <input type="checkbox"/>	Wir merken langsam, dass Produkte und Dienstleistungen besser gepflegt werden als die Mitarbeiter. Kommunikation findet nicht statt. <input type="checkbox"/>	Die Mitarbeiterbedürfnisse werden erfragt und erste Erkenntnisse umgesetzt. Nur durch Zufall oder bei außerordentlichen Leistungen erfahren die Mitarbeiter etwas über Ziele und Strategien des Unternehmens. <input type="checkbox"/>	Die Mitarbeiter stehen mit ihren Wünschen und Bedürfnissen bewusst im Mittelpunkt. Die Führungskräfte sind Mutmacher. An einer gemeinsamen Wertebasis wird gearbeitet. <input type="checkbox"/>	Eine Kultur des Lobens, Förderns und Bewertens wird praktiziert. Eine gemeinsame Wertebasis ist die Grundlage der Personalarbeit. <input type="checkbox"/>	Lust an Leistung bedeutet nicht Arbeit nach Zeit, sondern dass Arbeit „nach Erreichung gemeinsamer Ziele“ vollendet ist. Es gibt ein Gesundheitsmanagement. Loben und Wertschätzen sind als Unternehmensziele schriftlich verankert. <input type="checkbox"/>

Datum:	Note 6	Note 5	Note 4	Note 3	Note 2	Note 1
	Fitnesszone III		Fitnesszone II		Fitnesszone I	
Handlungsfeld P1 Ordnung halten	Man sieht, dass Schreibtische und Arbeitsplätze schon lange nicht mehr aufgeräumt wurden. Auslagen und Infotafeln sind teilweise veraltet.	Das Bewusstsein für die Wichtigkeit von Ordnung nimmt zu. Es liegen momentan nicht benötigte Gegenstände herum. Arbeitsmittel werden nicht systematisch aufbewahrt.	Alle benötigten Materialien und Arbeitsmittel (Papier, Digital, Werkzeuge) werden übersichtlich aufbewahrt. Vereinzelt beginnen Mitarbeiter, selbstständig Ordnung zu halten.	Materialien und Arbeitsmittel sind beschriftet und sortiert und werden von Beteiligten schnell gefunden. Diese beginnen, selbst ihr Arbeitsumfeld zu standardisieren.	Es gibt Ordnungsstandards, die von der Mehrheit der Beteiligten umgesetzt werden.	Die Ordnungsstandards sind optimal organisiert. Alle Beteiligten leben die Standards für Sauberkeit und Ordnung.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Handlungsfeld P2 Qualität verbessern	Wir arbeiten „wie immer“. Fehler und Reklamationen werden behoben, ohne jedoch die Fehlerquelle zu beseitigen und sie zu dokumentieren.	Die Erwartungshaltung des Kunden spielt kaum eine Rolle. Der Qualitätsgedanke ist mir als Führungskräfte und mir als Chef bekannt.	Wir machen uns aus Kundensicht systematisch Gedanken über Qualität und setzen einzelne Maßnahmen gezielt um. Die Qualität der Leistungserstellung ist die Aufgabe aller Mitarbeiter.	Die Qualität der Leistungserstellung ist die Aufgabe aller Beteiligten. In regelmäßigen Besprechungen werden Fehler gesammelt, ausgewertet und Gegenmaßnahmen eingeleitet.	Alle Beteiligten verstehen das Prinzip „Fehlervermeidung vor Fehlerbehebung“. Jeder Fehler wird als Herausforderung zur Verbesserung gesehen und konsequent abgestellt.	Höchste Qualität ist das Herzanliegen aller Beteiligten. Systeme für fehlerfreie Leistungen werden für den gesamten Wertschöpfungsprozess angewandt.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Handlungsfeld P3 Termintreue steigern – Zuverlässigkeit leben	Lange Wartezeiten sind eher die Regel als eine Ausnahme und unsere Kunden sind aufgrund der Unzuverlässigkeit verärgert.	Wir bemühen uns um Termintreue und diskutieren Verbesserungsmöglichkeiten.	Zusagen und Absprachen genießen hohe Priorität. Unsere Kunden werden über Verspätungen informiert. Das gilt auch für Projekte von Kollegen und innerhalb des Unternehmens.	Zusagen und Absprachen werden in den meisten Fällen eingehalten. Bei Verzögerungen werden die Beteiligten vorab über Terminverschiebungen informiert. Planungen erfolgen systematisch.	Die Terminzusagen orientieren sich an den Bedürfnissen unserer Kunden und werden in der Regel eingehalten.	Unsere Termintreue gilt in der Branche als erstklassig.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Handlungsfeld P4 Abläufe optimieren	Bestehende Arbeitsabläufe werden nicht hinterfragt. Reklamationen werden bearbeitet, sind aber kein Anlass zur Überprüfung der Abläufe.	Einzelne Mitarbeiter haben erkannt, dass kontinuierliche Verbesserungen der internen Abläufe nötig sind, und beginnen in einzelnen Bereichen mit Optimierungen.	Unsere Mitarbeiter erkennen zunehmend Verbesserungspotenzial in den Abläufen. Sie beginnen bewusst, von sich aus Abläufe zu optimieren.	Beteiligte greifen Probleme auf, erarbeiten systematisch Lösungen und setzen diese nachhaltig um. Verbesserungspotenziale werden so genutzt. Reklamationen werden als Chance gesehen.	Bei jeder Tätigkeit wird überprüft, ob sie zur Wertschöpfung beiträgt. Alle wichtigen Abläufe sind identifiziert, dokumentiert und werden gelebt. Verantwortliche sind benannt.	Die Arbeitsabläufe sind so optimiert, dass sich Bearbeitungszeiten erheblich verkürzen. Reklamationen werden analysiert und dienen der Optimierung der Abläufe. Mitarbeiter entscheiden im Team über Anpassungen der Prozesse und Abweichungen.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Handlungsfeld P5 Kapazitäten optimieren	Über vorhandene Kapazitäten wird nicht nachgedacht. Sie sind einfach da („Ist-eh-da“-Prinzip).	Unkontrollierte Aktivitäten finden statt, ohne Abstimmung mit den vorhandenen Kapazitäten (Arbeitskräfte, Kapital, Technik). Dadurch werden intensive Diskussionen ausgelöst.	Aktivitäten werden teilweise anhand der vorhandenen Kapazitäten geplant.	Es gibt eine verlässliche und aussagefähige Übersicht über vorhandene Kapazitäten. Aktivitäten werden darauf abgestimmt.	Kapazitäten und Projekte sind sorgfältig aufeinander abgestimmt. Mögliche Engpässe werden rechtzeitig erkannt und durch eingeleitete Maßnahmen gelöst.	Alle Kapazitäten sind gut ausgelastet (aber nicht überlastet!). Es gibt eine funktionierende Strategie zur Überwindung von Spitzen und Engpässen.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Handlungsfeld P6 Arbeitseffizienz messen	Das Tagesgeschäft gibt das Arbeitspensum vor. Die Arbeitseffizienz wird nicht gemessen.	Die anfallenden Arbeiten werden anhand eingeschliffener Abläufe und Vorgehensweisen erledigt. Über Effizienzsteigerung wird nachgedacht.	Die Arbeitseffizienz einiger Arbeitsplätze wird regelmäßig gemessen. Dazu wurden Kennzahlen erarbeitet.	Es gibt messbare Ziele zur Leistungssteigerung für alle Arbeitsplätze (auf Basis aussagekräftiger Kennzahlen). Alle Beteiligten möchten ständig besser werden.	Alle Beteiligten erreichen kontinuierliche Leistungssteigerungen. Zur weiteren Verbesserung helfen wir uns gegenseitig durch offenes und konstruktives Feedback.	Die Organisation vergleicht sich regelmäßig mit anderen, um weitere Denkanstöße zur Leistungssteigerung zu erhalten (externes Benchmarking).
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Handlungsfeld P7 Netzwerkbeziehungen entwickeln	Wir pflegen kaum Beziehungen zu anderen Unternehmen und Lieferanten.	Wir haben erkannt, dass Netzwerke für die aktuellen Arbeitsbeziehungen wichtig sind, und wir tauschen uns darum gelegentlich aus.	Wir intensivieren unsere Netzwerkbeziehungen. Wir sind Mitglied im Branchenverband und unsere bestehenden Partnerschaften werden intensiv gepflegt.	Partnerschaften werden von beiden Seiten gepflegt und wechselseitig ausgewertet. Es findet ein nachhaltiger und regelmäßiger Austausch auch über die Branchengrenzen hinaus statt.	Durch erfolgreiche Kooperationen entstehen besondere Partnerschaften. Gute Netzwerkbeziehungen sind Standard.	Unsere Mitarbeiter und Führungskräfte sind inner- und außerhalb der Branche bestens vernetzt. Netzwerkpartner werden in die eigenen Abläufe integriert.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>