

MERIDO - LETTER Mai 2014



Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser

Bei allen Begegnungen mit unseren Kunden spüren wir eine grosse Hektik, viel Arbeit und kaum Zeit für Planung und Controlling. Rückmeldungen unserer Kunden bestätigen jedoch, dass es diesen gelungen ist, mit unserer Unterstützung erfolgreicher zu sein und mehr Lebensqualität zu erhalten. Das macht uns stolz, denn das ist unser Ziel.

Unser Schwerpunktthema widmet sich diesem Thema. Ich empfehle die Texte über unser letztes Pow Wow und unser Schwerpunktthema auszudrucken und in einer ruhigen Minute zu lesen um sich Gedanken dazu zu machen.

Ich wünsche allen genügend Zeit und persönliche Lebensqualität.

Herzlichst

Felix Rosenbaum
Geschäftsführer der MERIDO AG



Frühlings-Pow Wow:

„Umgang mit Druck im Unternehmen – Ursachen und Wirkungen“

Dieses Thema begleitete Unternehmerinnen und Unternehmer durch das Frühlings-Pow Wow vom 27. und 28. März 2014 im Fortbildungszentrum Oberdorf / Solothurn.

Schwerpunkte waren:

- Wie begegne ich Stressfaktoren und Belastungen? Verborgene Kräfte und Ressourcen entdecken ...
- Persönliche Widerstandskräfte mobilisieren. Erarbeiten von praxiserprobten Lösungen.

[Link zum Artikel](#)



MERIDO News

Wir stellen Ihnen **Martin Gygax** und **Wolfgang Foerg** vor. Zwei Berater, die seit Anfang 2014 bei uns tätig sind.

[Porträt Wolfgang Foerg](#)

[Porträt Martin Gygax](#)



Schwerpunktthema 2014/15:

Attraktiv für Kunden und Mitarbeitende werden und bleiben

In den nächsten Ausgaben des MERIDO Letter beleuchten wir die verschiedenen Einflussfaktoren, die bei Mitarbeitenden ein starkes Commitment gegenüber dem Betrieb erzeugen; gleichzeitig ist dieses Engagement die zentrale Voraussetzung für die Erhaltung „begeisterter Kunden“.

Die Artikelserie vermittelt „Gute Praxis“ für eine wirksame, entwicklungsorientierte **Personalarbeit und Mitarbeiterführung** als Antwort auf den anhaltenden Personal- resp. Fachkräftemangel in vielen Branchen.

[Link zum Artikel](#)



Ausblick

6. und 7. November 2014: Herbst-Pow Wow

26. und 27. November 2014: Start des neuen Lehrgangs „Fit zum Führen“

Praxisbezogene Führungsentwicklung für Personen, die vor kurzem eine Führungsfunktion übernommen haben oder demnächst eine übernehmen.

[Link zur Kursausschreibung](#)

MERIDO AG

menschen | werte | organisation

Dörflistrasse 50, CH-8050 Zürich

T +41 (0)43 288 97 80

info@merido.ch

www.merido.ch

[MERIDO-LETTER abbestellen](#)

[zum Anfang](#)

Umgang mit Druck im Unternehmen – Ursachen und Wirkungen

Die Teilnehmenden am Frühlings-Pow Wow tauschten sich darüber aus, wo überall "Engpässe" im Unternehmen entstehen und wie sich diese auf die Arbeits- und Lebensqualität bei Führungskräften und Mitarbeitenden auswirken.

Dazu wurden die möglichen Ursachen ebenso intensiv diskutiert wie die Frage, mit welchen Strategien diese Ursachen reduziert oder dauerhaft beseitigt werden können.

Allen denjenigen, welche die betrieblichen "Druck-Stellen" in ihrem Unternehmen systematisch und dauerhaft angehen möchten, legen wir die nachfolgende Kurzanleitung ans Herz.

Viel Erfolg wünscht das MERIDO Team.

Allgemeine Informationen zur Verwendung dieses Instruments

Das Konzept geht aus von der Annahme, dass eine systematische und konsequente Reduktion resp. Beseitigung der Ursachen von „Engpässen“ andere Resultate schafft.

Als Engpässe erachten wir alle strukturellen, organisatorischen und kulturellen Hindernisse, Barrieren, Blockaden und „Staus“, die auf verschiedenen Ebenen im Unternehmen „Druck“ erzeugen und so eine effiziente Leistungserbringung einschränken, beeinträchtigen oder sogar verunmöglichen.

Schritt 1: Wo sind Engpässe in meinem Unternehmen? (check)

- Wo im Unternehmen zeigen sich aktuell Engpässe (z. B. Einkauf, AVOR, Produktion/Fertigung, Endkontrolle etc.)
- Wie zeigen sie sich heute im Vergleich dazu, als sie erstmals wahrgenommen wurden?
- Was wurde bereits unternommen um die Engpässe zu reduzieren?
- Zu welchen Ergebnissen hat das geführt?
- Welche Art von Druck erzeugen die Engpässe bei mir als Geschäftsführer, bei den Kaderleuten und Mitarbeitenden?
- Welche Ursachen führen (vermutlich) zu diesem Engpass?
- Was, wer könnte den Engpass noch verstärken?
- Was passiert kurz-, mittel- und langfristig, wenn der Engpass nicht aufgelöst werden kann?
- Wie würden das Unternehmen, seine Kunden, die Ergebnisse und seine Menschen verändert, wenn der Engpass aufgelöst wäre?

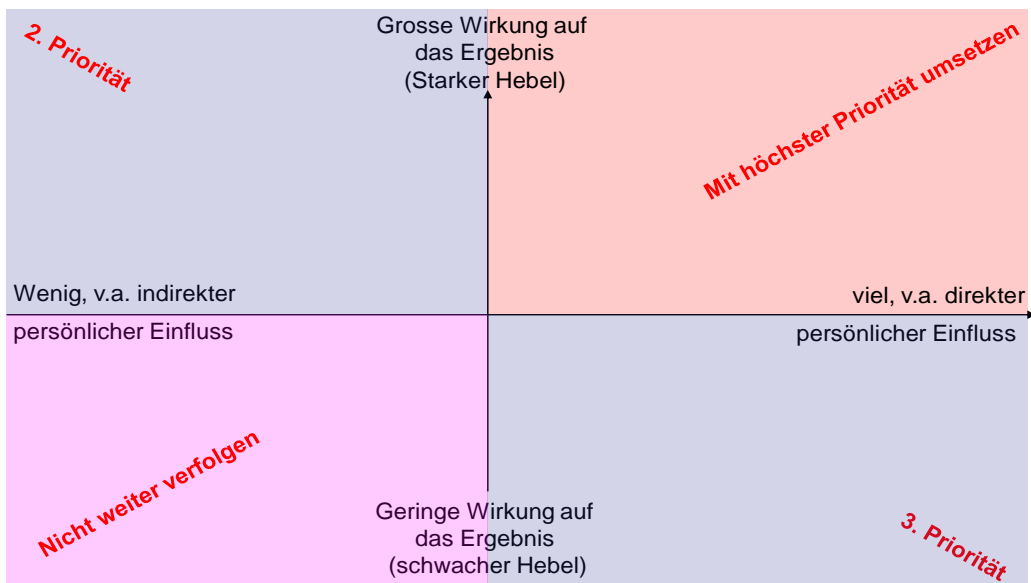
Schritt 2: „Landschaft der Engpässe“ aufzeigen, verstehen und deuten (act)

- Wie viele Engpässe gibt es aktuell in meinem Unternehmen?
- Sind diese Engpässe auf verschiedene Geschäftsbereiche verteilt **oder** konzentrieren sie sich auf einen oder zwei davon?
- Sind die Engpässe isoliert, unabhängig voneinander zu betrachten **oder** können Abhängigkeiten sowie gegenseitige Wechselwirkungen zwischen ihnen hergestellt, beschrieben und beurteilt werden?
- Welches ist derjenige Engpass, dessen Auflösung gleichzeitig die Auflösung anderer Engpässe zur Folge hat?
- Welcher Engpass hat aus heutiger Sicht die grösste negative Wirkung auf das Unternehmen, seine Kunden und die Mitarbeitenden?
- Welche Funktionsträger im Unternehmen sind an der Auflösung der Engpässe interessiert; welche nicht?
- Wie / Womit könnten die „noch nicht interessierten Beteiligten“ motiviert werden, einen konkreten Beitrag dazu leisten zu wollen (Nutzenargumentation)?

Schritt 3: Die Massnahmen zur Auflösung der Engpässe erarbeiten (plan / do)

- Welche wirksamen Möglichkeiten / Massnahmen gibt es?
- Mit welchen Massnahmen kann der / können die aktivsten Engpässe aufgelöst werden?
- Wie bewerten wir die Möglichkeiten / Massnahmen hinsichtlich Aufwand-/ Nutzenverhältnis (Zeit, Investition/Kosten, Realisierbarkeit etc.)

Mein Portfolio von Einfluss und Wirkung



Die Darstellung oben zeigt schematisch auf, welche Massnahmen für die Beseitigung von Engpässen in welcher Reihenfolge umgesetzt werden sollten, im Sinne von:
„Diejenigen Massnahmen zuerst umsetzen, die grosse Wirkung auf das Ergebnis haben und auf die ich direkten Einfluss nehmen kann“ (→ oben rechts!).

[zum Anfang](#)

Attraktiv werden und bleiben für Kunden und Mitarbeitende

In unserer Artikelserie erhalten Sie Tipps und Tricks für die erfolgreiche Umsetzung von wirkungsvollen Massnahmen, mit denen die Attraktivität Ihres Unternehmens für Mitarbeitende und Kunden erreicht werden kann.

Dabei geht es uns vor allem darum, Sie auf die diversen Einflussfaktoren für "Mitarbeiter- und Kundenbegeisterung" zu sensibilisieren.

Zu Beginn möchten wir Sie mit den nachfolgenden Fragen auf die Thematik einstimmen.

"Einfach zum Nachdenken"

- Was schätzen Ihre bestehenden Kunden besonders an Ihrem Unternehmen (z. B. Produktqualität, Zuverlässigkeit, Sauberkeit, Preisgestaltung, Erreichbarkeit am Wochenende und an Feiertagen etc.)?
 - ...
 - ...
 - ...

- Was schätzen Ihre Mitarbeitenden an Ihrem Betrieb besonders (Qualität der (Mitarbeiter-)Führung, Sozialleistungen, Lohn, Entwicklungs- und Laufbahnmöglichkeiten, selbständiges Arbeiten, sinnvolle Prozesse, Mitinbezug in persönliche Entwicklung und in Neuerungen für das ganze Unternehmen etc.)?
 - ...
 - ...
 - ...
 - ...

- Auf welche Errungenschaften in Ihrem Betrieb sind Sie besonders stolz? Wie stark wirken sich diese (vermutlich) aus auf die "Attraktivität" für Mitarbeitende und Kunden (Ansehen, Lebensqualität, Arbeitsplatzsicherheit, andere?)
 - ...
 - ...
 - ...
 - ...

Unten beschreiben wir verschiedene Aussagen (= Indikatoren), die unserer Erfahrung nach Hinweise geben auf die Attraktivität eines Betriebs für Mitarbeitende wie auch für deren Kunden:

Sechs Indikatoren für attraktive Arbeitgeber

- Unser Betrieb verfügt immer über genügend geeignete und engagierte Mitarbeitende, welche die Erwartungen interner und externer Kunden erfüllen
- Wir haben immer wieder "Blindbewerbungen" von interessierten Personen, die bei uns arbeiten wollen
- Wir weisen eine Personalfluktuationsrate auf von unter 8 %
- Die Prämien für die Krankentaggeldversicherung werden von unserem Versicherer laufend reduziert
- Unser Betrieb genießt auf dem freien Arbeitsmarkt ein hohes Ansehen
- Wir investieren gezielt in die Erhaltung der Arbeitsplatzfähigkeit unserer Mitarbeitenden

Sechs Indikatoren für einen attraktiven Dienstleister

- Unsere Kunden empfehlen unsere Produkte und Serviceleistungen Bekannten, Freunden und Interessierten
- Wir haben einen Auftragsvorrat, der eine stabile finanzielle Liquidität ermöglicht
- Wir arbeiten mit bevorzugten Zulieferern zusammen, auf die wir zählen können, was Liefertreue, Qualität und Preise anbelangt
- Unsere Lieferkette funktioniert, sodass wir die Erwartungen unsere Kunden stets erfüllen
- Wir arbeiten in der Regel so, dass wir keinen oder nur einen geringen Debitorenverlust haben
- Wir werden von relevanten Mitbewerbern in deren Konkurrenzanalysen einbezogen

Falls Sie den Aussagen oben teilweise oder gar nicht zustimmen können, verpassen Sie unsere Fachartikelserie in den nächsten MERIDO Letter auf keinen Fall.

Für das Autorenteam: Urs Schneider