

Abschnitt	Frage
Produkt	Ist genau definiert, was Sie anbieten (wollen)?
Nutzen	Ist der Nutzen für den Kunden klar herausgearbeitet?
Prozesse	Sind die Prozesse für die Leistungserstellung klar definiert?
Kundenkanal	Ist klar definiert, über welche Kanäle Sie das Angebot zum Kunden bringen?
Geschäftsmodell	Ist klar definiert, wie Sie mit Ihrem Angebot Ihr Geld verdienen (Geschäftsmodell)?

Abschnitt	Frage
Strukturkraft	Wird regelmäßig ein Kosteneinsparungsplan mit klaren Verantwortlichkeiten erstellt und Soll/Ist-Vergleiche für alle relevanten Bereiche durchgeführt?
Strukturkraft	Verfügt das Unternehmen über ein aussagekräftiges und aktuelles Kennzahlensystem und leitet das Unternehmen daraus kurzfristige wirksame Maßnahmen ab?
Strukturkraft	Werden für jeden Bereich (Projekte, EK, Vertrieb, Verwaltung etc.) klar definierte Einsparziele ausgegeben und werden diese aktiv umgesetzt?
Strukturkraft	Werden unterschiedliche Methoden und Wege systematisch genutzt um die Notwendigkeit der Einsparmaßnahmen den Menschen nahe zu bringen?
Strukturkraft	Führt das Unternehmen systematisch Investitionsplanungen/ Entscheidungen durch und kontrolliert diese auf Einhaltung?
Strukturkraft	Überprüft und strafft das Unternehmen die (Ablauf-) Prozesse und werden unwichtige Prozesse möglichst rasch abgebaut?
Strukturkraft	Überprüft das Unternehmen regelmäßig, wie die Aufwendungen für Verwaltung/Struktur, Organisation/Aufbau optimiert werden können?
Strukturkraft	Werden die Kundengewinnungsmaßnahmen systematisch auf Effektivität und Effizienz geprüft und zieht das Unternehmen daraus Lehren?
Strukturkraft	Führen Sie regelmäßig Bestands- und Materialsenkungsmaßnahmen durch und werden Soll/Ist-Vergleiche durchgeführt?
Strukturkraft	Fordern Sie sich und die Mitarbeiter systematisch zur Beteiligung am Kosteneinsparungsprogramm und zur selbstständigen Umsetzung auf?
Strukturkraft	Führen Sie/das Unternehmen regelmäßig Nachkalkulationen durch und ziehen Sie Nutzen daraus?
Strukturkraft	Wie hat sich der Prozess vom ersten Kundenkontakt bis zur Rechnungsstellung/Forderungseingang in der letzten Zeit entwickelt und wird dieser ständig verbessert?
Strukturkraft	Überprüfen Sie die Lieferanten/Partner systematisch auf Einsparungspotenziale und wird von diesen ein Beitrag gefordert?
Strukturkraft	Pflegt das Unternehmen einen achtsamen Umgang mit Geld und Ressourcen, sind Mechanismen zur effizienten/effektiven Nutzung etabliert und haben Sie den Cashflow/Verschuldungsgrad im Blick?
Strukturkraft	Prüfen Sie die Verträge im Umgang mit Kunden/ Lieferanten/ Partnern regelmäßig auf Kosteneinsparmöglichkeiten unter Fristenwahrung?
Strukturkraft	Wurden die Einsparungspotenziale im Bereich der Schulungs- und Ausbildungsmaßnahmen überprüft und konkrete Maßnahmen getroffen?
Strukturkraft	Hat das Unternehmen eine klare Preisstrategie zur Nutzung von Zusatzeinnahmen eingeführt?
Strukturkraft	Wurden die Qualitätsmanagement-Maßnahmen bereits auf die tatsächlich notwendigen Bestandteile reduziert?
Strukturkraft	Werden über (Nicht-) Kundenzufriedenheitsmessungen sinnvolle und ertragsverbessernde Maßnahmen abgeleitet?
Strukturkraft	Hat jeder Mitarbeiter individuelle Effizienzvorgaben bekommen?

Aufbruchkraft	Haben Sie die künftige Wettbewerbsdifferenzierung klar herausgearbeitet und spürt/sieht man das auch?
Aufbruchkraft	Führen Sie regelmäßig eine Finanz- und Profitanalyse Ihres Unternehmens durch und wird diese auf Plausibilität geprüft?
Aufbruchkraft	Weiß das Unternehmen welche Angebote den höchsten Nutzen bringen und führt das Unternehmen eine Deckungsbeitragsrechnung durch?
Aufbruchkraft	Führt das Unternehmen regelmäßig Lebenszyklus- und Portfolio- sowie Strategieberatungen durch?
Aufbruchkraft	Konzentriert sich das Unternehmen auf eine klar definierte, sehr lukrative Zielgruppe und haben Sie die C-Kunden eliminiert?
Aufbruchkraft	Konzentriert sich das Unternehmen auf klar definierte Kernkompetenzen und werden alle überflüssigen Maßnahmen eliminiert?
Aufbruchkraft	Wird den Mitarbeitern in hohem Maße die Einzigartigkeit und Besonderheit des Kostensenkungsprojekts verdeutlicht?
Aufbruchkraft	Werden alle neuen Angebote auf Basis umfassender Information und immer nach Ertragsfähigkeit beurteilt?
Aufbruchkraft	Sorgen Sie dafür das die time-to-market im Sinne einer Wertschöpfungssteigerung drastisch verkürzt wird?
Aufbruchkraft	Betreibt das Unternehmen authentische Öffentlichkeitsarbeit, die das Einsparprojekt für externe Partner/Presse positiv und proaktiv vermittelt?
Aufbruchkraft	Überprüft das Unternehmen regelmäßig die Produktions- und Entwicklungsabhängigen Aufwendungen?
Aufbruchkraft	Wird trotz beschränkter Mittel weithin sichtbar in wichtige Lösungen/innovative Wege/Produkte investiert?
Aufbruchkraft	Wird regelmäßig überprüft in welchem Bereich der Außendarstellung (Corporate Identity) kurzfristig eingespart werden kann, ohne die Außenwirkung zu schädigen?
Aufbruchkraft	Werden Kunden, Lieferanten, Umfeld um Ihren Beitrag zur Einsparung konsequent und mit klaren Vorgaben aufgefordert?
Aufbruchkraft	Bestehen für Partner/Mitarbeiter Anreize, Einsparmaßnahmen vorzuschlagen bzw. umzusetzen?
Aufbruchkraft	Werden spezielle Angebote entwickelt/Mitarbeiter angeleitet, um "gesättigte" Kunden zu einem zusätzlichen Kauf zu bewegen?
Aufbruchkraft	Überprüft das Unternehmen regelmäßig die Outsourcing (make or buy) und Kooperationsmöglichkeiten?
Aufbruchkraft	Arbeitet das Unternehmen kurzfristig und intensiv daran, noch bessere Problemlösungen für die Zielgruppen zu schaffen?
Aufbruchkraft	Entwickelt das Unternehmen klare Vorgaben und Konzepte, wie Kunden positiv überrascht werden können?
Aufbruchkraft	Sichert die Leitung durch persönliche Mitwirkung und Unterstützung, die Entwicklung und Umsetzung von Kostensenkungsmaßnahmen?
Gemeinschaftskraft	Sorgen Sie dafür, dass gemeinsame Werte gelebt werden und eine echte Vertrauenskultur mit einem klaren Kodex entsteht?
Gemeinschaftskraft	Wissen Sie und die Mitarbeiter, was im Einsparprojekt von ihnen erwartet wird, ist dies festgehalten und wird es auch immer klar formuliert?

Gemeinschaftskraft	Überprüft das Unternehmen regelmäßig, wie die Aufwendungen für Verwaltung und Leistungsverwertung, Management und Vertrieb optimiert werden können?
Gemeinschaftskraft	Prüfen Sie regelmäßig im Team die aktuellen Projekte und ob diese noch im bestehenden Umfang benötigt werden?
Gemeinschaftskraft	Erhalten die Mitarbeiter speziell in dieser Phase für gute Arbeit Lob und Anerkennung und erfolgt dies authentisch?
Gemeinschaftskraft	Verfügt das Unternehmen über alle fachlichen und menschlichen Fähigkeiten, die zur Verwirklichung der Einsparziele benötigt werden?
Gemeinschaftskraft	Sichert das Unternehmen gerade im Einsparprojekt ein ausgrenzungsfreies Klima und achtet auf einen fairen Umgang?
Gemeinschaftskraft	Gibt es jemanden bei der Arbeit, der speziell ausscheidende Mitarbeiter in der Entwicklung fördert und und unterstützt?
Gemeinschaftskraft	Werden regelmäßig und zeitnah die aktuellen Finanzdaten besprochen und leitet das Unternehmen daraus Maßnahmen ab?
Gemeinschaftskraft	Überprüft das Unternehmen regelmäßig die Ausgaben für den externen Kommunikationsmix des Unternehmens?
Gemeinschaftskraft	Geben Ihnen/Mitarbeitern/Kunden die Ziele und Unternehmensphilosophie des Unternehmens das Gefühl, dass die Arbeit wichtig und sinnvoll ist?
Gemeinschaftskraft	Haben Leitung und Mitarbeiter einen starken inneren Antrieb entwickelt, Arbeit von hoher Qualität unter effizientem Ressourceneinsatz zu leisten?
Gemeinschaftskraft	Nutzt das Unternehmen das externe Netzwerk um Kostensenkungsmöglichkeiten im Verbund zu erzielen?
Gemeinschaftskraft	Wird die Kundenbeziehung intensiv mit Herzlichkeit gepflegt und gehen alle mit den Kunden freundlich um?
Gemeinschaftskraft	Arbeitet das Unternehmen sehr service- und kundenorientiert - vor allem auch bei Beschwerden und hat es diese Kostenstruktur im Griff?
Gemeinschaftskraft	Nutzt das Unternehmen Tools um die interne Kommunikation sowie die Kommunikation mit dem eigenen Netzwerk effizient zu gestalten?
Gemeinschaftskraft	Werden die Kundenbindungsmaßnahmen konsequent auf Nutzen geprüft und werden die Beziehungen aktiv/kontinuierlich gepflegt?
Gemeinschaftskraft	Hat in den letzten 6 Monaten jemand im Unternehmen den Mitarbeitern über Fortschritte und Entwicklungsmöglichkeiten gesprochen und wurde dies festgehalten?
Gemeinschaftskraft	Erhalten die Mitarbeiter die Gelegenheit, Neues zu lernen/sich weiterzuentwickeln und wird dies aktiv gefördert?
Gemeinschaftskraft	Überprüft das Unternehmen regelmäßig, wie die Personalaufwendungen optimiert werden können?

Abschnitt	Frage
Ist-Situation	Welche Leistungen bieten Sie aktuell an?
Ist-Situation	Welche Unternehmensstruktur haben Sie?
Ist-Situation	Welche wichtigen Wettbewerber haben Sie?
Ist-Situation	Welche nützlichen Beziehungen haben Sie?
Ist-Situation	Welche Wünsche, Ziele und Visionen haben Sie?
Stärkenprofil	Welche speziellen Stärken zeichnen Sie aus?
Stärkenprofil	Wie bewerten Sie diese Stärken aus Kundensicht?
Stärkenprofil	Welche Stärken sind besonders erfolgsversprechend?
Geschäftsfeld	Welche Geschäftsfelder kommen für Sie in Frage?
Geschäftsfeld	Was ist das für Sie aktuell am erfolgsversprechendste Geschäftsfeld?
Zielgruppe	Welche Zielgruppen kommen für Sie und Ihr erfolgsversprechendstes Geschäftsfeld in Frage?
Zielgruppe	Wer ist Ihre erfolgsversprechendste Zielgruppe?
Zielgruppe	Wer ist Ihre erfolgsversprechendste Teilzielgruppe?
Zielgruppe	Über welche Profit- und Non-Profit-Organisationen können Sie Ihre Teilzielgruppe erreichen?
Brennendstes Problem	Welche Probleme, Wünsche und Bedürfnisse hat Ihre Teilzielgruppe?
Brennendstes Problem	Was ist das am brennendsten empfundene Problem? Was ist der dahinterliegende Engpass?
Innovation	Welche Problemlösungen kommen dafür in Frage?
Innovation	Was ist die erfolgsversprechendste Innovation, Ihr nächster Schritt? Welchen Nutzen bieten Sie damit? Was ist Ihr USP, Ihr Alleinstellungsmerkmal?
Kooperation	Welche Kooperationspartner kommen für die Innovation in Frage?
Kooperation	Welcher Kooperationspartner hilft Ihnen am besten bei der Realisierung der Innovation?
Konstantes Grundbedürfnis	Welches konstante Grundbedürfnis steht hinter dem brennendsten Problem der Zielgruppe?
Vision - Mission - Leitbild	Welche Vision haben Sie für Ihr Unternehmen, welche Mission verfolgen Sie und wie beschreiben Sie Ihr Leitbild?
Aktionsplan	Welche Maßnahmen ergreifen Sie jetzt zur Umsetzung?

Abschnitt	Frage
Visionäre Klarheit	Begeistert die Unternehmensphilosophie die Mitarbeiter, Kunden und Partner?
Visionäre Klarheit	Gibt es eine eindeutige, schriftlich fixierte Vision und daraus abgeleitete Markenleitargumentation?
Markenfokus	Zielt die Markenstrategie des Unternehmens auf eine klare Wettbewerbsunterscheidung ab und spürt man das auch?
Markenfokus	Hat das Unternehmen eine im Einklang mit den Markenzielen stehende Preisstrategie festgelegt und wird diese vom Marketing ausreichend unterstützt?
Markenfokus	Ist das ganze Markenmanagement auf die relevanten Zielgruppen ausgerichtet und sind diese lukrativ?
Innere Markenarbeit	Sind die konkreten Markenziele eindeutig definiert und in einer verständlichen Weise kommuniziert?
Innere Markenarbeit	Nutzt das Unternehmen effektive Methoden zur Erweiterung der Markenkultur?
Innere Markenarbeit	Ist die Markenstrategie darauf ausgerichtet, am Markt und unter den Mitarbeitern die Besonderheit der Marke in hohem Maße zu vermitteln?
Customer Experience	Wendet das Unternehmen systematisch unterschiedliche Methoden an, um die Marke und ihre Botschaft für jeden transparent und erlebbar zu machen?
Customer Experience	Nutzt das Unternehmen sehr erfolgreiche Kundengewinnungsstrategien auf Basis eines modernen Data-Managements?
Customer Experience	Fördert das Markenmanagement die Qualität vom ersten Kundenkontakt bis zum erfolgreichen Kauf im Sinne eines Dialogmarketings?
Digitale Innovation	Bietet das Unternehmen tolle Problemlösungen für die Kunden und wird dies auch in den neuen Medien vom Kunden wahrgenommen?
Digitale Innovation	Überrascht das Unternehmen die Kunden immer wieder mit sehr attraktiven digitalen Marketingaktionen?
Digitale Innovation	Nutzt das Unternehmen Social Media (Facebook, Xing, Twitter etc.) aktiv?
Kommunikationsbasis	Hat das Unternehmen ein überzeugendes Marketingkonzept, das systematisch umgesetzt wird?
Kommunikationsbasis	Ist das äußere Erscheinungsbild klar definiert und in der Außendarstellung durchgängig eingehalten?
Employer Branding	Werden Themen wie Personalentwicklung, Umweltschutz, Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung sowie Betriebliche Gesundheitsvorsorge umgesetzt und kommuniziert?
Employer Branding	Berücksichtigen die Marketingaktivitäten auch den Auftritt der Marke als attraktiver, sicherer und langfristiger Arbeitgeber?
Markencontrolling	Hat das Unternehmen ein sehr gutes Image (als Produkt/Marke)?
Markencontrolling	Wir die Kundenzufriedenheit der Kunden und Interessenten mit der Marke regelmäßig abgefragt und wird daraus Nutzen gezogen?
Öffentlichkeitsarbeit	Werden aktiv innovative Marketingmaßnahmen zur öffentlichkeitswirksamen Markenförderung genutzt?
Öffentlichkeitsarbeit	Betreiben Sie authentische Öffentlichkeitsarbeit, die sich an der Marke orientiert und Mitarbeiter/Kunden begeistert?
Risikomanagement	Werden die Stärken und Schwächen der eigenen Marke regelmäßig überprüft und daraus Verbesserungen abgeleitet?

Risikomanagement	Analysieren Sie regelmäßig die Unternehmensrisiken und dokumentieren Sie die Maßnahmen zur Risikominimierung?
------------------	---

Abschnitt	Frage
Marketing	Ist das Basismarketing definiert und hervorragend ausgestaltet?
Reichweite	Bieten Sie systematisch kostenfreie oder vergünstigte, konkrete und attraktive Teasergebote an, die Interessenten zur Zusammenarbeit motivieren?
Reichweite	Werden die niedrigschwelligen Teaserangebote in ausreichender Zahl angenommen und kommt es zur Interaktion?
Tragschicht	Mit welchen Arbeitspferden / Angeboten verdienen Sie Ihr Geld jeweils einmalig?
Tragschicht	Mit welchen Arbeitspferden / Angeboten verdienen Sie Ihr Geld im Dauerverhältnis?
Superuser	Mit welchen Superuser-Angeboten verdienen Sie Ihr Geld im hochpreisigen Bereich jeweils einmalig?
Superuser	Mit welchen Superuser-Angeboten verdienen Sie Ihr Geld im hochpreisigen Bereich im Dauerverhältnis?

Abschnitt	Frage
Potenziale	Haben Sie Potenzialfelder definiert und die Potenzialqualifikation (sind die Felder lukrativ?) durchgeführt?
Nutzen	Bietet das Unternehmen einen echten Nutzen und wird dieser auch in der digitalen Welt wahrgenommen?
Marketing	Ist das Basismarketing definiert und hervorragend ausgestaltet?
Reichweite	Bieten Sie systematisch kostenfreie oder vergünstigte, konkrete und attraktive Teasergebote an, die Interessenten zur Zusammenarbeit motivieren?
Reichweite	Werden die niedrigschwelligen Teaserangebote in ausreichender Zahl angenommen und kommt es zur Interaktion?
Tragschicht	Mit welchen Lastpferden / Angeboten verdienen Sie Ihr Geld jeweils einmalig?
Tragschicht	Mit welchen Lastpferden / Angeboten verdienen Sie Ihr Geld im Dauerverhältnis?
Superuser	Mit welchen Premium-Angeboten verdienen Sie Ihr Geld im hochpreisigen Bereich jeweils einmalig?
Superuser	Mit welchen Premium-Angeboten verdienen Sie Ihr Geld im hochpreisigen Bereich im Dauerverhältnis?
Controlling	Wird der Sales Funnel regelmäßig überwacht?