

Tool: Potenzialanalyse-Raster



Was? Welche Optionen und Maßnahmen zur Weiterentwicklung Ihres Unternehmens sind am lohnenswertesten und interessantesten?

Mithilfe des Potenzialanalyse-Rasters lassen sich Optionen hinsichtlich der mit ihnen einhergehenden (Neben-)Wirkungen, Risiken und Aufwände spezifizieren und einordnen.

Strategische Herausforderung	Veränderungsziele	Zentrale Hürden	Maßnahmen	Potenziale		Preis		
				Wirkung (€, t, Zufriedenheit etc.)	Strategische Potenziale	Nebenwirkung	Risiko	Aufwand
<ul style="list-style-type: none"> - Differenzierung des GF Zulieferteile in wachsende Märkte 	<ul style="list-style-type: none"> - Erschließung der Baubranche bis 2020 	<ul style="list-style-type: none"> - Noch kein Branchenkontakt - Passender Vertriebsmitarbeiter kann nicht gefunden werden 	<ul style="list-style-type: none"> - Markt- und Kundenanalyse - Einstellen eines Vertriebsmitarbeiters 	<ul style="list-style-type: none"> - Umsatz: 300 TEUR p.a. - Ertrag: 200 TEUR p.a. 	<ul style="list-style-type: none"> - Erschließung von Kunden in der Baubranche auch für andere Geschäftsfelder 	<ul style="list-style-type: none"> - Zusätzliche Beanspruchung der AV sowie der Vertriebs- & Produktionsleitung angesichts anderer wichtiger Projekte 	<ul style="list-style-type: none"> - Mittel (Scheiternswahrscheinlichkeit eher hoch / Schaden eher gering) 	<ul style="list-style-type: none"> - 80 TEUR p.a. - Einarbeitung Mitarbeiter - AV & Produktionsleitung: Umsetzung neuer Ansprüche

Wie?

Schritt 1:

Sammeln Sie mit dem Teilnehmerkreis alle im Raum stehenden Optionen und ordnen Sie diese den identifizierten strategischen Herausforderungen zu. Bleiben Sie bei der Sammlung, bis sich ein Sättigungsgefühl eingestellt hat.

Schritt 2:

Arbeiten Sie die Optionen der Reihe nach ab, indem Sie gemeinsam die Tabelle von links nach rechts durchgehen:

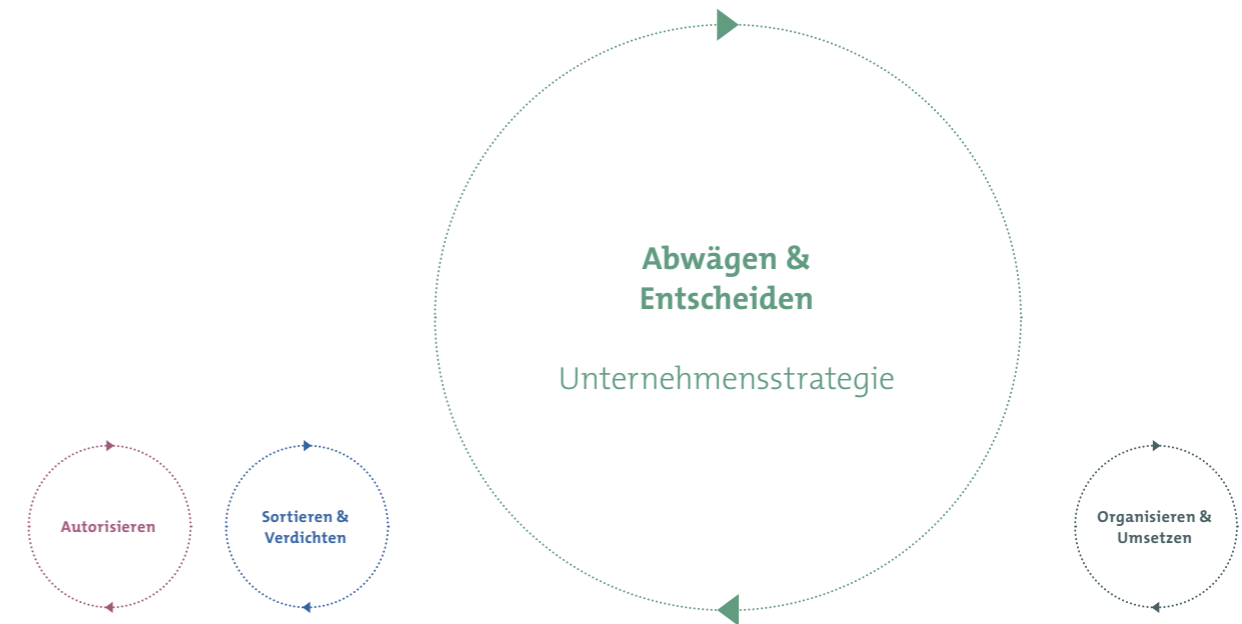
- Auf welche **strategische Herausforderung** antwortet diese Option?
- Welche **konkreten Veränderungsziele** streben Sie an?
- Welche **zentralen Hürden** stehen der erfolgreichen Umsetzung gegenüber?
- Welche **Maßnahmen** wollen Sie ergreifen?
- Welche möglichst **quantifizierbare Wirkung** erhoffen Sie sich davon?
- Welche sonstigen **strategischen Potenziale** bieten sich Ihnen?
- Sind **Nebenwirkungen** zu erwarten?
- Wie hoch ist das **Risiko** einzuschätzen, dass eine erfolgreiche Umsetzung nicht gelingt?
- Welcher **Aufwand** ist dafür zu stemmen?

Schritt 3:

Diskutieren Sie das Ergebnis aus der Metaperspektive: Wie wirkt das Chart als Ganzes? Lassen sich bereits Entscheidungen zu einzelnen Optionen treffen, lassen sie sich in eine Rangfolge bringen und wo sind noch Fragen offengeblieben? Hinterfragen Sie, ob angesichts dessen für alle Herausforderungen zufriedenstellende Optionen identifiziert wurden und prüfen Sie, ob mögliche Lücken noch geschlossen werden können.

Hinweise und Erfahrungswerte:

Das Potenzialanalyse-Raster hilft, Optionen zu schärfen, abzuwägen und einer Entscheidung zuzuführen, entsprechend findet es in der Phase „Abwägen & Entscheiden“ seine Anwendung. Es ist insbesondere ein Mittel der Wahl, um bei einer großen Anzahl kleinteiliger Optionen eine begründete Schärfung und Auswahl herbeizuführen.

**Varianten**

Das Potenzialanalyse-Raster lässt sich sinnvoll mit anderen Instrumenten kombinieren:

- Stehen viele Optionen im Raum, kann es sinnvoll sein, diese zunächst über das Potenzial-Preis-Portfolio (S. 114) in eine gefühlte Ordnung zu bringen, um eine Vorauswahl herzustellen.
- Andersherum ist es ebenso möglich, zunächst alle Optionen anhand der Tabelle durchzuarbeiten, um das Ergebnis anschließend, sofern nötig, über das Potenzial-Preis-Portfolio (S. 114) abzubilden.
- Bei der Sammlung notwendiger Maßnahmen kann das Geschäftsmodell-Cockpit (S. 18) als Orientierungsrahmen genutzt werden.

Quelle:
In Anlehnung an: Grabow „Wie Unternehmen(r) in ihre Zukunft kommen oder auch nicht – ein Change-Leitfaden für Führungskräfte“, 2017

Ideen sind ein guter Anfang

Geschäftsmodellentwicklung im Mittelstand



Mehr davon?

Dieses Tool ist Teil unseres umfassenden Angebots zum Thema „Geschäftsmodellentwicklung im Mittelstand“. Mit unserem praxiserprobten Konzept der Geschäftsmodellentwicklung möchten wir Prozessverantwortliche und Prozessbegleiter in mittelständischen Unternehmen dabei unterstützen, ihre Suche nach dem passenden Geschäftsmodell der Zukunft sinnvoll zu strukturieren und zu begleiten.

Sie möchten erfahren, wie Sie Ihren Weg zu Ihrem Geschäftsmodell von morgen sinnvoll angehen können? Dann bestellen Sie unser Buch oder unseren Leitfaden „Ideen sind ein guter Anfang – Geschäftsmodellentwicklung im Mittelstand“ kostenfrei unter www.geschäftsmodellentwicklung.de

Sie suchen weitere Tools zur Ausgestaltung dieses Wegs? Dann besuchen Sie unsere [Toolbox „Geschäftsmodellentwicklung im Mittelstand“](https://rkw.link/toolboxgeschäftsmodellentwicklung) unter rkw.link/toolboxgeschäftsmodellentwicklung

Dieses Produkt erscheint in der Reihe „Chefsachen“. Unter dieser Klammer richten wir uns an alle, die kleine und mittlere Unternehmen führen und entwickeln (wollen). Inhaltlich gehen wir beispielsweise Fragen der Strategie- und Geschäftsmodellentwicklung, Digitalisierung, Führung und strategischer Personalarbeit nach.