

## **Mit weniger Kennzahlen zu mehr Unternehmenswachstum: Guido Quelle über das richtige Kennzahlen-Cockpit**

Dortmund, 15. Juli 2013

Niemand würde ein Flugzeug, einen Formel-1-Rennwagen oder auch einen PKW ohne Instrumente bewegen. „In Unternehmen jedoch erschwert häufig eine Flut von Instrumenten und Kennzahlen das richtige Steuern“, weiß Wachstumsexperte Prof. Dr. Guido Quelle aus seiner Arbeit. Welche Instrumente ein Unternehmen braucht, um zu messen, ob der Weg Richtung profitables Wachstum erfolgreich gegangen wird, darüber sprach Quelle am Freitag auf der sechsten Mandat-Telekonferenz des Jahres. Die Dortmunder Mandat Managementberatung rief die Telekonferenzen zum Unternehmenswachstum 2009 ins Leben, seither mit durchschnittlich mehr als 200 akkreditierten Teilnehmern.

### **Ein prüfender Blick auf die existierenden Instrumente zur Wachstumssteuerung lohnt**

Von einem Cockpit erwarten Pilot oder Fahrer, dass sinnvolle Instrumente praktisch angeordnet sind, dass sie unaufgefordert oder per einfachem Dialog relevante Informationen liefern. Von einer solchen Ordnung kann in vielen Unternehmen keine Rede sein, so Guido Quelle: „Bereits existierende Instrumente und Kennzahlen werden nur selten auf den Prüfstand gestellt. Ob sie noch Relevantes messen, ob sie überhaupt gebraucht werden: Danach fragt keiner. Es weiß auch niemand, wie viele Instrumente insgesamt im Unternehmen genutzt werden.“ Quelle plädiert dafür, mindestens für jedes neue ein altes Instrument abzuschaffen – und immer die Frage zu stellen, ob eine der bestehenden Anwendungen einen aktuell geforderten Inhalt liefern kann. Sonst werden für neue Anforderungen immer neue Tools geschaffen.

### **Weniger ist mehr: Fünf Kennzahlengruppen reichen für den Wachstumsfokus aus**

Welche die richtigen Instrumente sind, die auf dem individuellen Wachstumsweg genutzt werden können, hängt maßgeblich davon ab, in welcher Wachstumsphase sich ein Unternehmen befindet. Unabhängig von der Datenquelle und dem technischen Werkzeug sollten – neben Standardkennzahlen wie Cashflow, Rendite etc. – in einem Wachstums-Cockpit ablesbar sein:

- **Phase 1: Starkes Wachstum im Unternehmen bzw. im Unternehmensbereich**
  1. Anzahl Neukunden
  2. Anzahl „Nein“-Verkäufe (Nichtverkäufe aufgrund mangelnder Verfügbarkeit von Produkten, Leistungen oder Mitarbeiterkapazitäten)
  3. Pünktlichkeit der Angebotsabgabe, Liefergenauigkeit
  4. Reklamationsquote
  5. Arbeitszeiten, Überstunden, Mitarbeiterfluktuation
- **Phase 2: Plateau mit Wachstumsstagnation im Unternehmen bzw. im Unternehmensbereich**
  1. Anzahl Neukunden
  2. Kundenfluktuationsrate
  3. Aktualität des Produkt- und Leistungsportfolios, Innovationsrate von Produkten und Leistungen, Innovationsakzeptanz am Markt
  4. Auftragsbezogene Rentabilität
  5. Anzahl interner Projekte im Vergleich zu kundenwirksamen Projekten
- **Phase 3: Unternehmen oder Unternehmensbereich befindet sich im Abschwung**
  1. Anzahl Neukunden
  2. Kundenfluktuationsrate
  3. Umsatz und Auftragsrentabilität
  4. Effizienz der wichtigsten Leistungsprozesse, Produktivität
  5. Mitarbeiterfluktuation

„Was viele Unternehmen versäumen: Über die richtigen Instrumente und Informationen in Zusammenhang mit der Wachstumsstrategie nachzudenken. Um profitables Wachstum zu erzielen, müssen die Unternehmensressourcen auf die wirkungsvollsten Punkte gerichtet werden. Die Unternehmensführung muss daher dafür sorgen, vom Controlling kongruente Daten zu bekommen, damit die wirklich wachstumsrelevanten Kennzahlen auf den Tisch kommen und nicht alle messbaren“, so Quelle zum Ende der sechsten Mandat-Telekonferenz.

**Die siebte Mandat-Telekonferenz am 19. August 2013 fokussiert „Die Zuschauer: Gezielte Marktbearbeitung“.** Die Impulsvorträge am Telefon, mit aktuell mehr als 250 Teilnehmern, richten sich an Unternehmer, Vorstände, Geschäftsführer und seniorige Führungskräfte. Mehr Informationen zu den diesjährigen Telekonferenzen „Formel Eins statt Linienbus – neun Bausteine für profitables Wachstum“ unter [www.mandat.de/de/menu/produkte/telekonferenzen](http://www.mandat.de/de/menu/produkte/telekonferenzen)

\*\*\*

Abdruck/Verwendung frei. Foto Prof. Dr. Guido Quelle (© Mandat Managementberatung) unter [www.mandat.de/de/menu/presse-raum/photos-und-downloads/fotos-prof-dr-guido-quelle](http://www.mandat.de/de/menu/presse-raum/photos-und-downloads/fotos-prof-dr-guido-quelle)

\*\*\*

Prof. Dr. Guido Quelle ist seit mehr als 20 Jahren Unternehmer. Als Berater, Autor, Redner und Experte für profitables Wachstum unterstützt er aktive Unternehmenslenker dabei, ihre Unternehmen auf nachhaltiges Wachstum zu trimmen. Der geschäftsführende Gesellschafter der Mandat Managementberatung hat mehr als 300 Fachartikel und zwölf Bücher geschrieben und herausgegeben, zuletzt u. a. „Profitable Growth: Release Internal Growth Brakes and Bring Your Company to the Next Level“ (Springer, 2012). Die deutsche Fassung „Profitabel wachsen“ erschien bei Gabler. Quelle ist als erster Europäer Mitglied der Million Dollar Consultant® Hall of Fame und seit 2010 Honorarprofessor an der Hochschule für Logistik und Wirtschaft, Hamm.

Die Mandat Managementberatung GmbH, Dortmund, unterstützt ihre Klienten seit über 20 Jahren dabei, profitabel zu wachsen. Zu den mehr als 120 deutschen und multinationalen Klienten gehören ANZAG, Deutsche Post, DHL, Hornbach, Mercedes-Benz, Volkswagen oder die Erasmus Universität Rotterdam sowie zahlreiche mittelständische Unternehmen.

Pressekontakt:

Mandat Managementberatung GmbH  
Prof. Dr. Guido Quelle  
Emil-Figge-Straße 80  
D-44227 Dortmund

Tel: +49 231 9742390  
Fax: +49 231 9742389  
[guido.quelle@mandat.de](mailto:guido.quelle@mandat.de)  
[www.mandat.de](http://www.mandat.de)