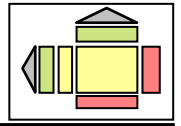


- 1. Success Resource Deployment – SRD und Anwendungsbeispiele im Überblick**
- 2. Bericht aus dem SRD-Kooperationsprojekt KUBE-Lünendonk – „*B2B FM-HC*“ und weiteren SRD-Projekten**
- 3. Rekurs und Fazit**

Anhang



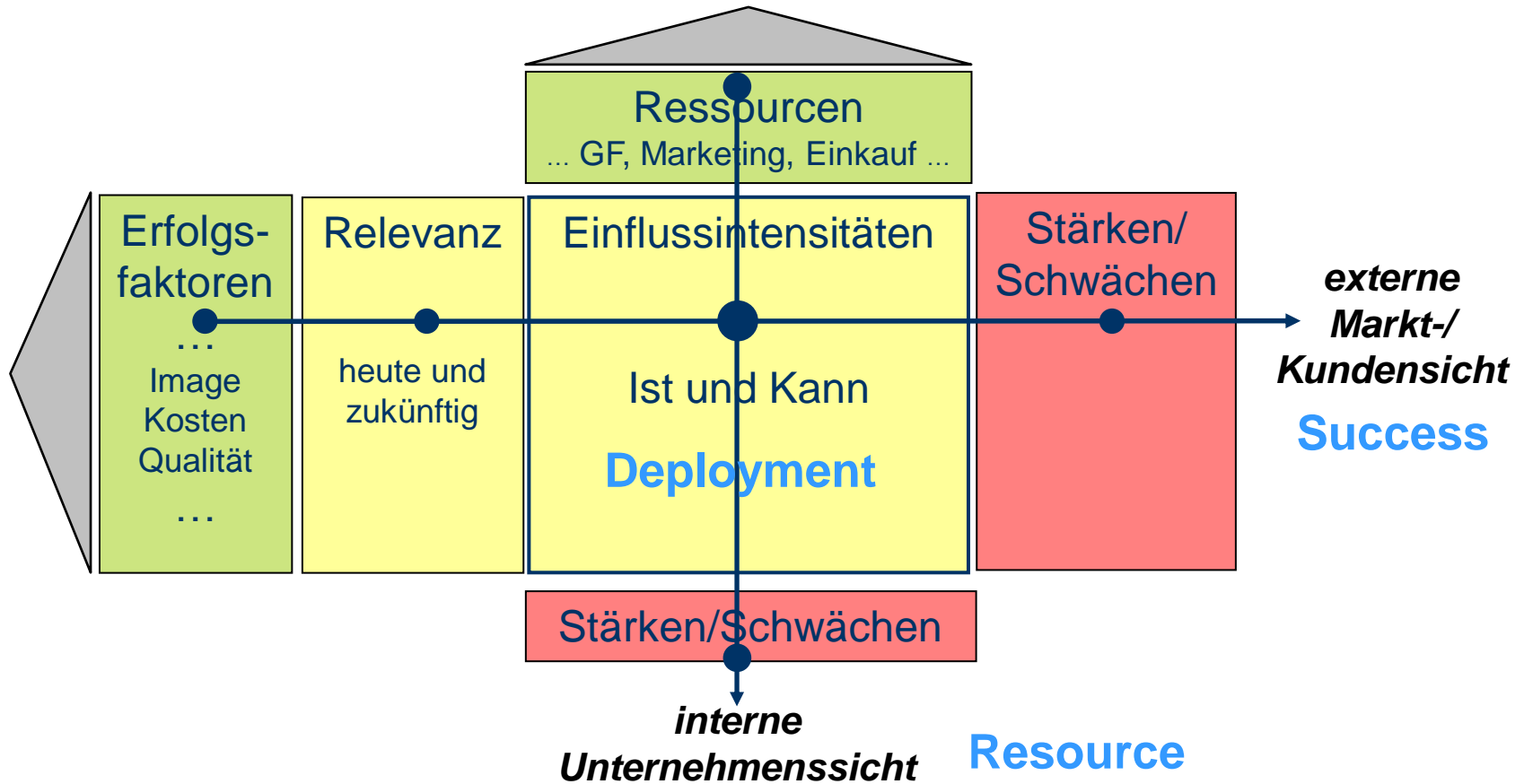
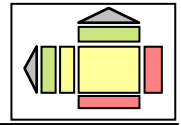


1. Success Resource Deployment – SRD und Anwendungsbeispiele im Überblick

2. Bericht aus dem SRD-Kooperationsprojekt
KUBE-Lünendonk – „*B2B FM-HC*“ und weiteren SRD-Projekten
3. Rekurs und Fazit

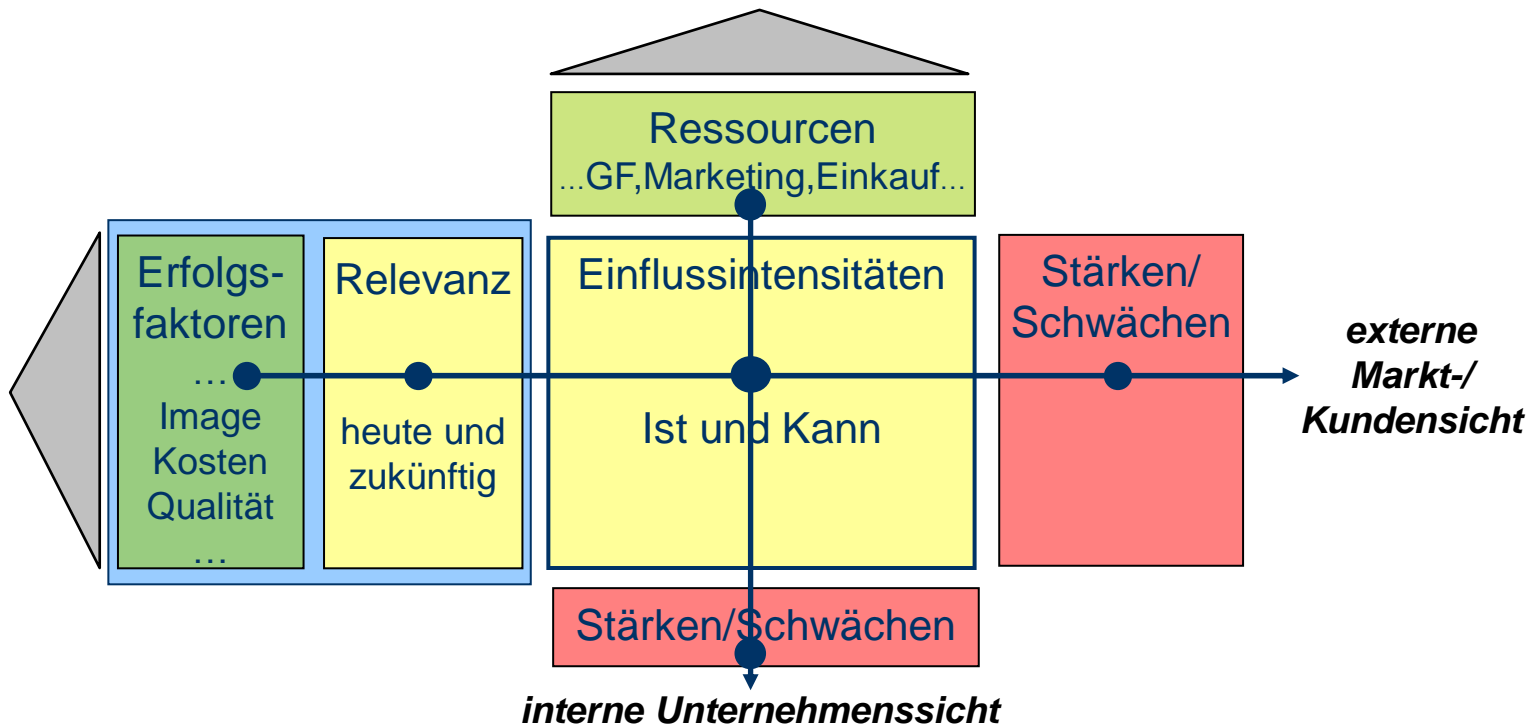
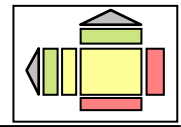
Anhang



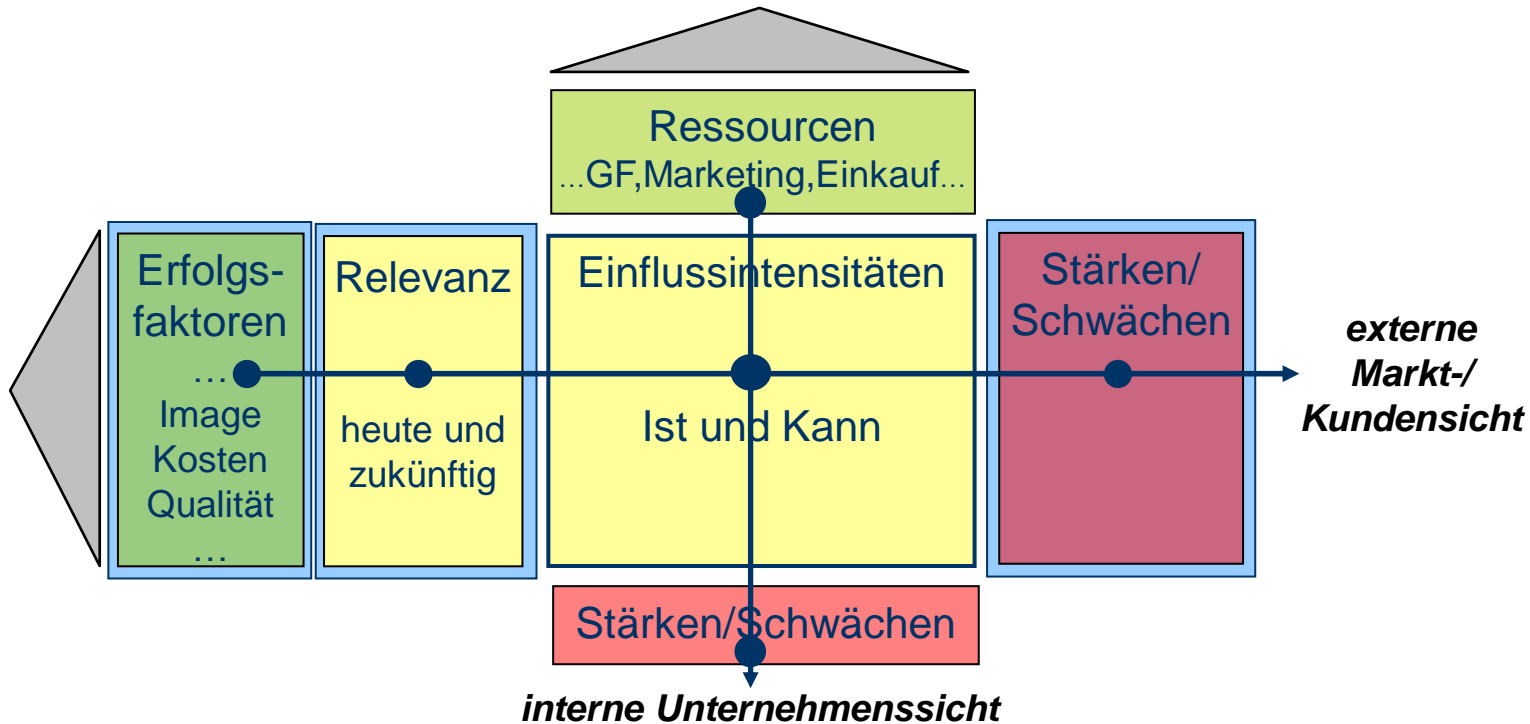
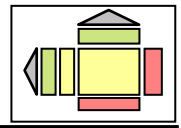


**SRD setzt damit am Kern eines jeden Managementphänomens an,
so auch an der Schnittstelle von B2B- und B2C-Geschäften**





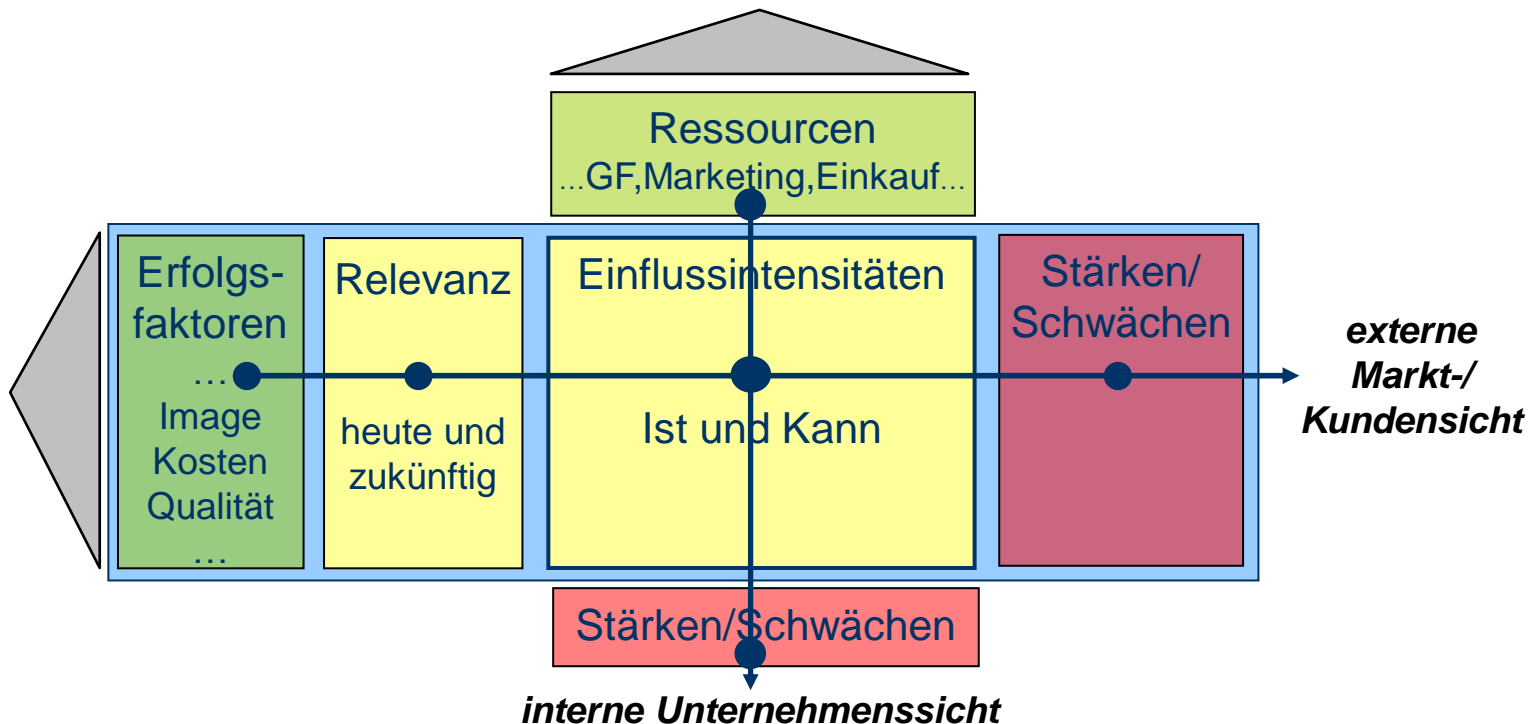
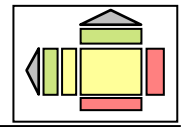
- **Welche Bedeutung haben spezielle Erfolgsfaktoren aus Kundensicht?**
- **Welche Erfolgsfaktoren werden zukünftig wichtiger/unwichtiger?**



➤ **Bei welchen Erfolgsfaktoren haben wir Stärken bzw. Schwächen?**

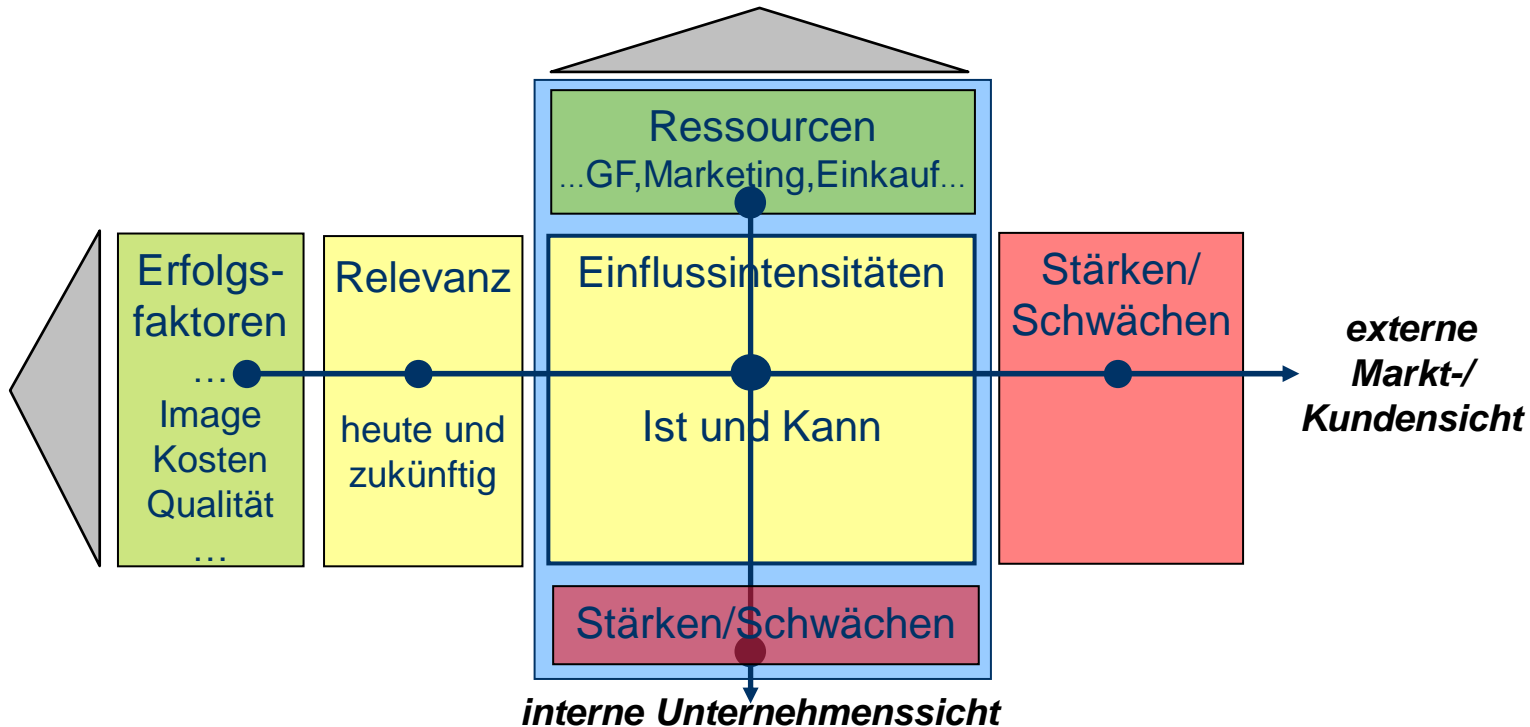
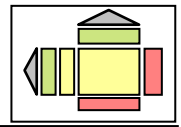
➤ **Sind diese Stärken überhaupt relevant?**





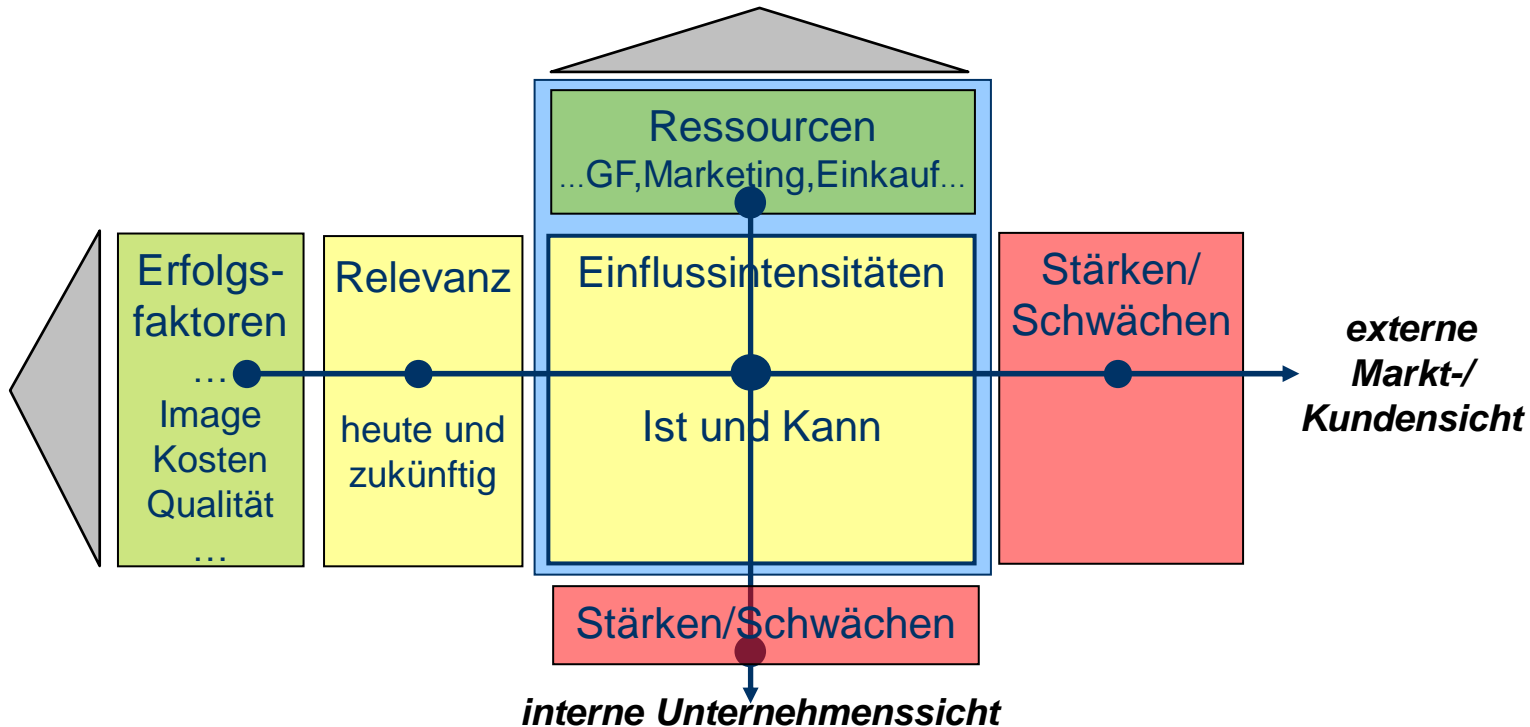
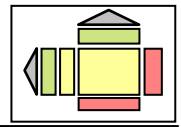
- Welche Reserven haben wir, um hohe relevante Schwächen bei den Erfolgsfaktoren gezielt zu reduzieren?
- Welche Reserven haben wir, um hohe relevante Stärken am Markt gegenüber Mitwettbewerbern gezielt auszuspielen?





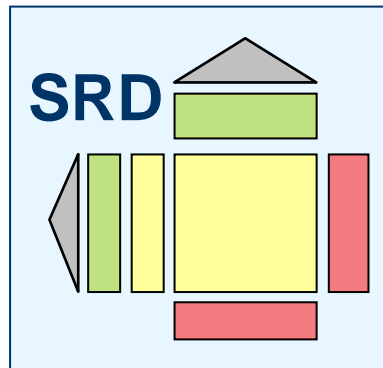
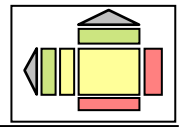
- Welche Reserven haben wir, um hohe relevante Schwächen bei den Ressourcen gezielt zu reduzieren?
- Welche Reserven haben wir, um hohe relevante Stärken bei den Ressourcen gegenüber Mitwettbewerbern gezielt auszuspielen?





- Wie hoch dürfen die **Budgets** für unsere Ressourcen sein, wenn wir diese nach dem **Target-Costing-Prinzip** bewerten?
- Wie hoch dürfen die aktuellen und zukünftigen Budgets sein?





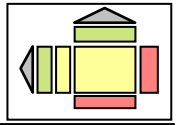
➤ **Instrument für Geschäftsanalyse**

➤ **Benchmarking-Methode**

aber vor allem auch eine ...

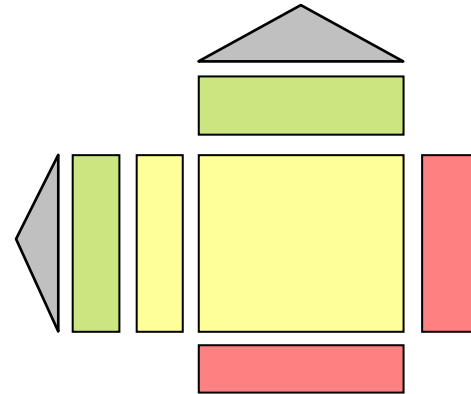
➤ **überlegene Methode für die Vitalisierung & Optimierung von Produkten + Geschäften + ganzen SGEs und Unternehmen + B2B- und B2C-Beziehungen ...**





SRD-Vorläufer:

- Target Costing
- Quality Function Deployment



Enorme Anwendungsvielfalt

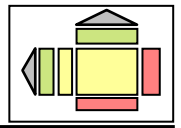
Unternehmen, Funktionen, Geschäfte, Produkte,
Dienstleistungen, B2B- und B2C-Beziehungen

*Stets müssen bestimmte Erfolgsfaktoren (**Success**)
mit dem Einsatz bestimmter Ressourcen (**Resource**)
bestmöglich befriedigt werden (**Deployment**)*

SRD als überlegene Mehrkampfwanne

z. B.

- KMU
- IT-Unternehmen
- Industrielle Konzerne
- Bau-/Immobilien
- Banken/Versicherungen
- Airlineindustrie
- Messe, Museen
- Handelsunternehmen
- Sportartikelindustrie
- Autoindustrie/-handel
- Textilindustrie
- Hotel/Sanatorium
- Personaldienstleistung
- Bildungsinstitutionen
- Deutsche Gewerkschaft
- Pharmaindustrie
- Uhrenindustrie
- Beratungsunternehmen
- Bildungsbranche
- Katholische Kirche
- Zeitarbeitsunternehmen
- FM-Unternehmen
- ...



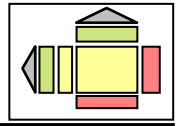
1. **Success Resource Deployment – SRD und Anwendungsbeispiele im Überblick**

2. **Bericht aus dem SRD-Kooperationsprojekt KUBE-Lünendonk – „*B2B FM-HC*“ und weiteren SRD-Projekten**

3. **Rekurs und Fazit**

Anhang

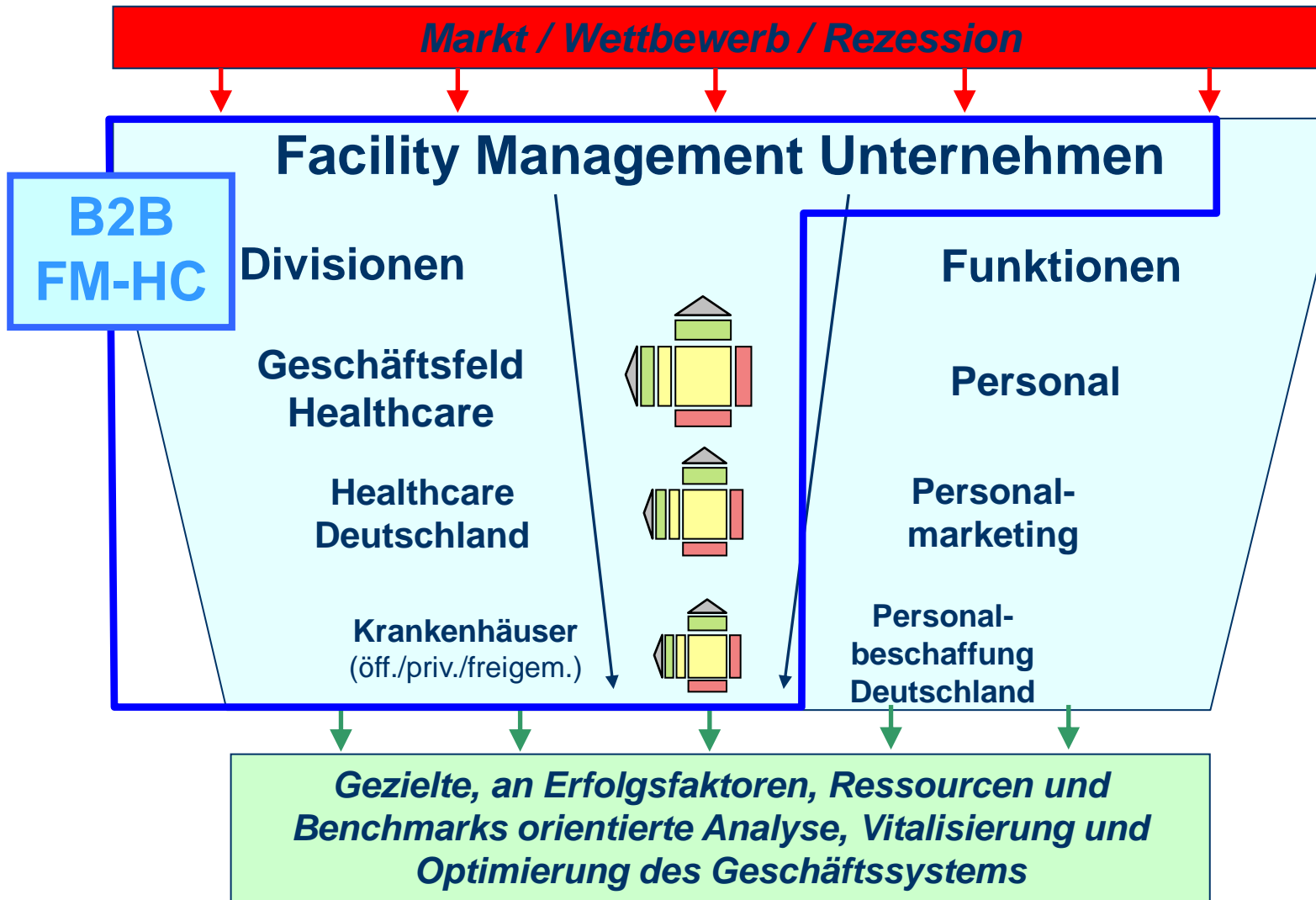
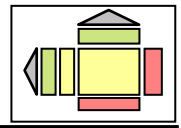


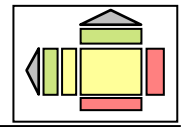


Unterfütterung mit Anwendungsbeispielen aus folgenden Branchen:

- **Automobilbranche** (Beratung, teilweise mehrfach publiziert)
- **Unternehmensberatung** (Studie, mehrfach publiziert)
- **Facility Management** (Beratung/Studie, mehrfach publiziert)

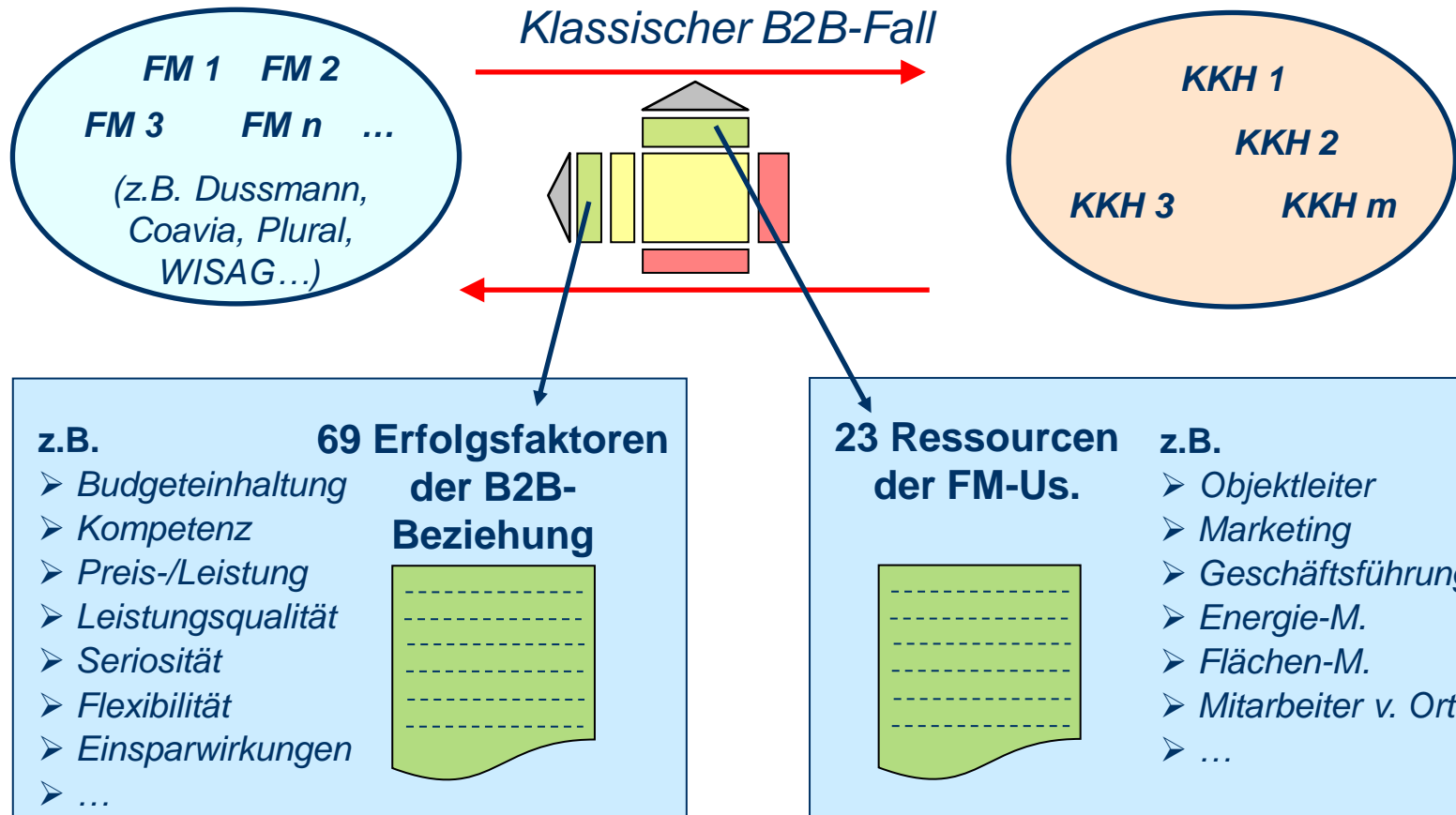


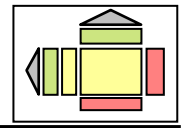




FM-Unternehmen

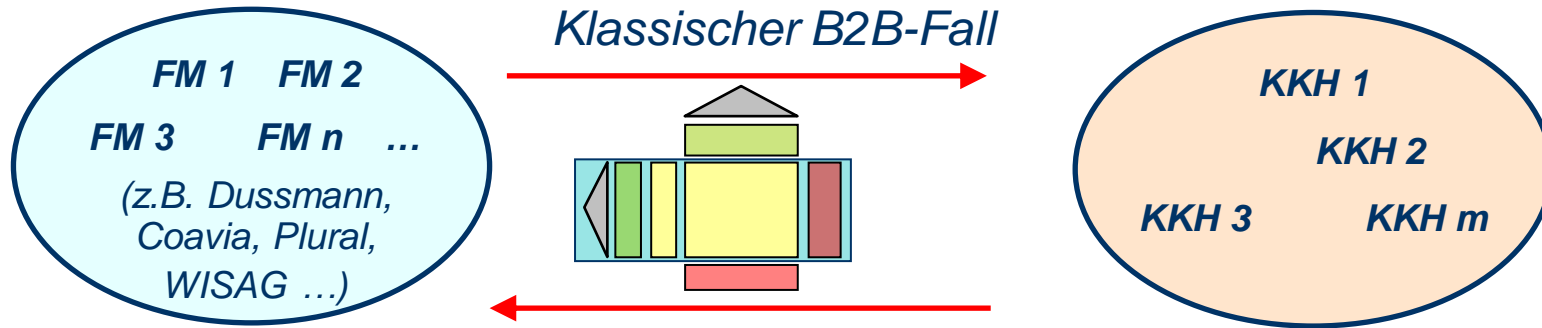
Krankenhäuser



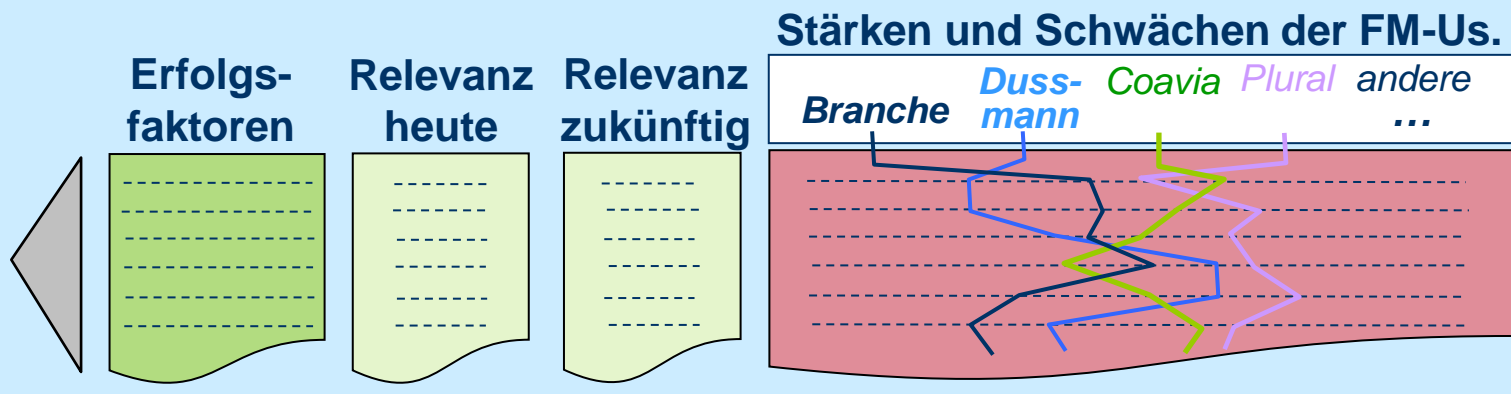


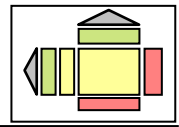
FM-Unternehmen

Krankenhäuser



69 Erfolgsfaktoren der B2B-Beziehung

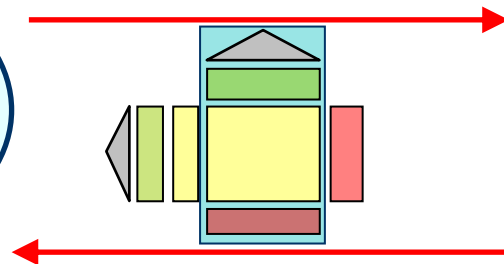




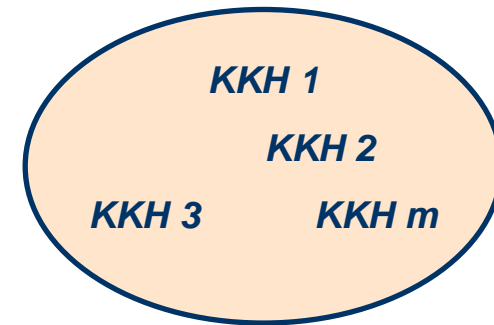
FM-Unternehmen



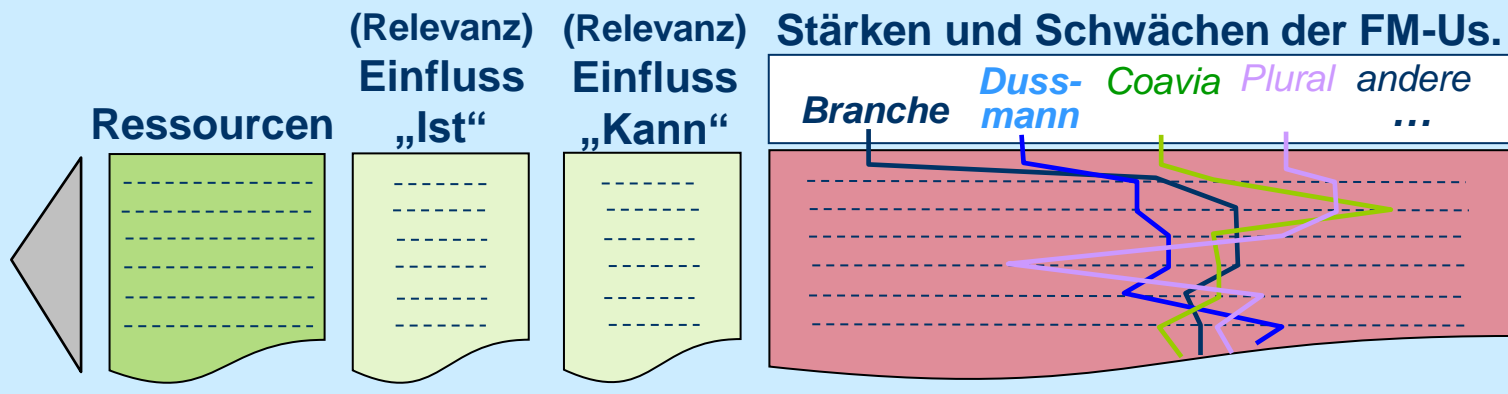
Klassischer B2B-Fall

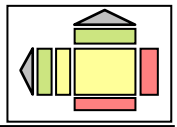


Krankenhäuser



23 Ressourcen der FM-Unternehmen

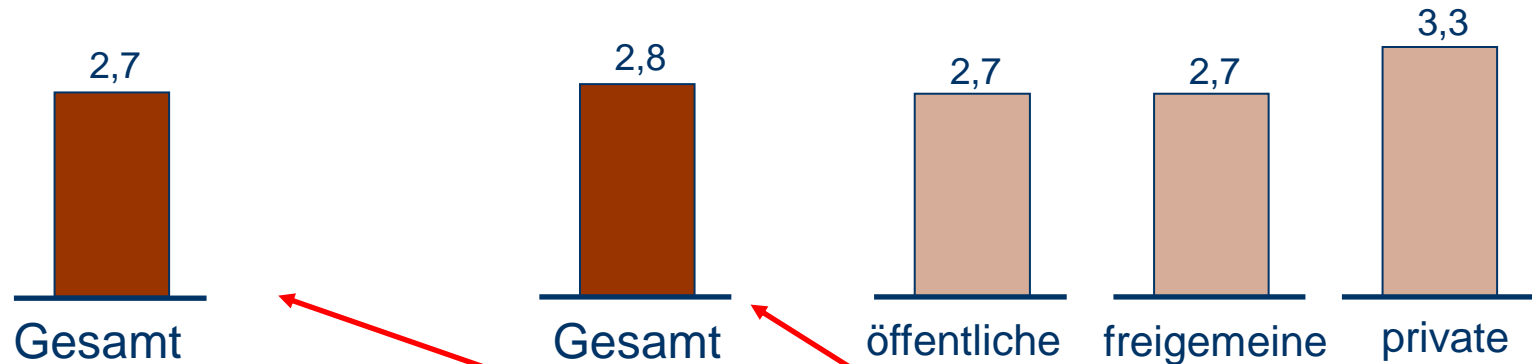




Stärken-Schwächen-Position der FM-Us. aus HC-Kundensicht*)

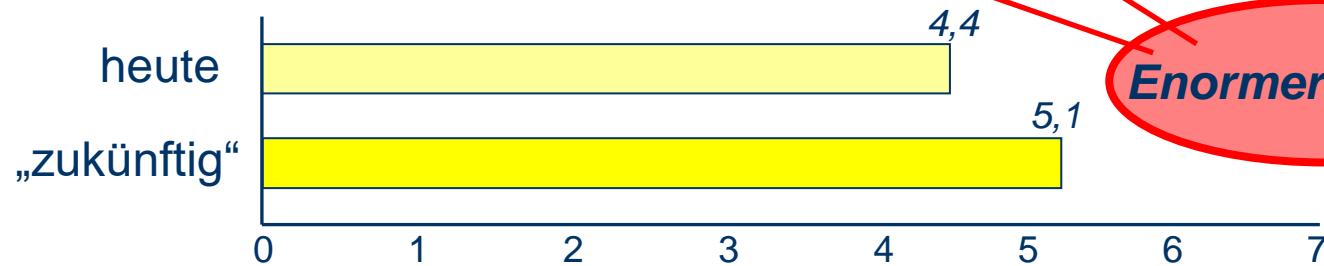
23 Ressourcen

69 Erfolgsfaktoren



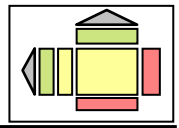
*) Schulnoten 1 ... 6

Relevanz der Erfolgsfaktoren aus HC-Kundensicht*)

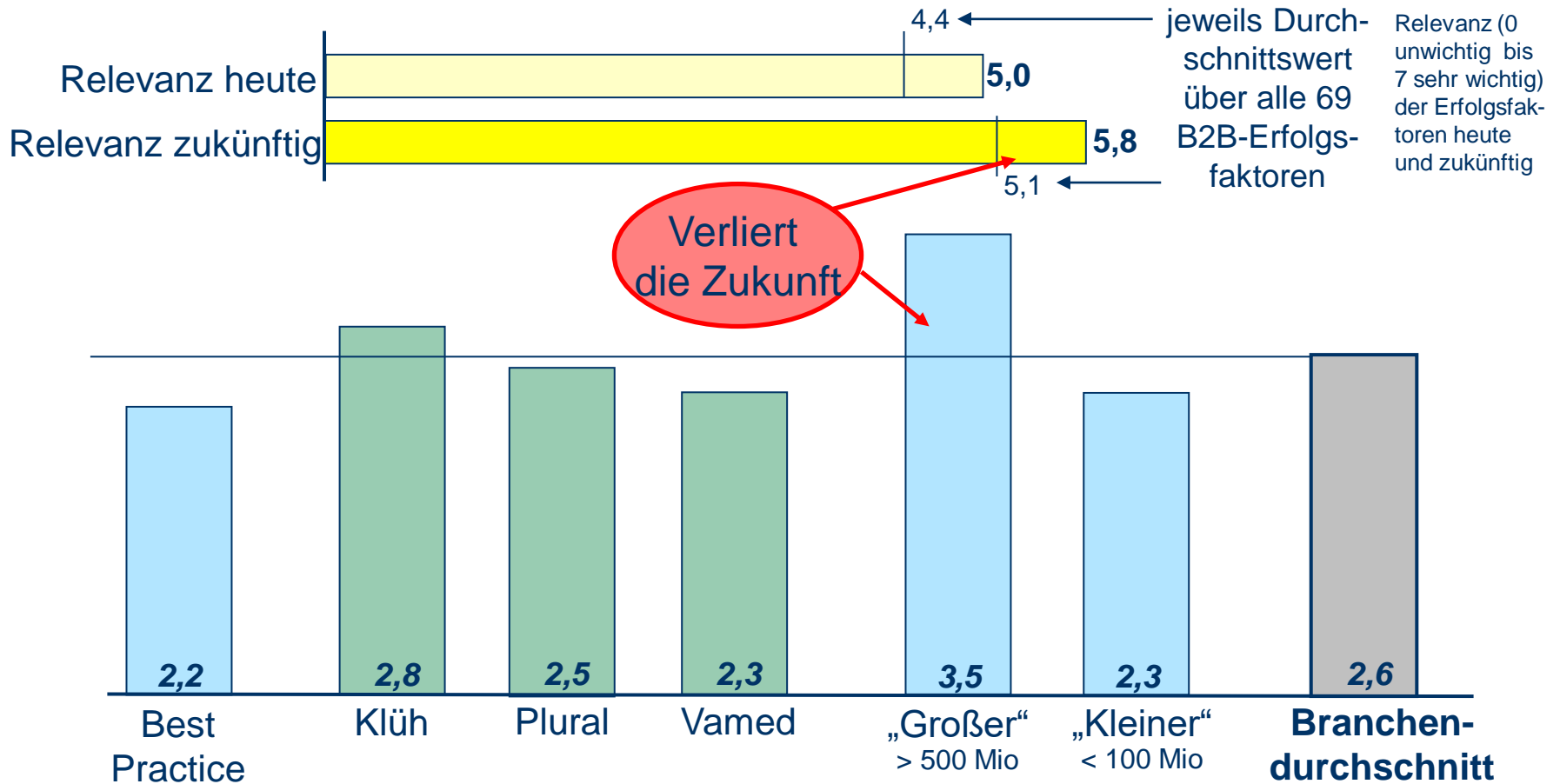


Enormer Anstieg!

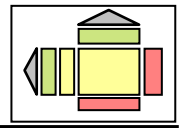
*) Relevanz der Erfolgsfaktoren von 0 (unwichtig) bis 7 (sehr wichtig)



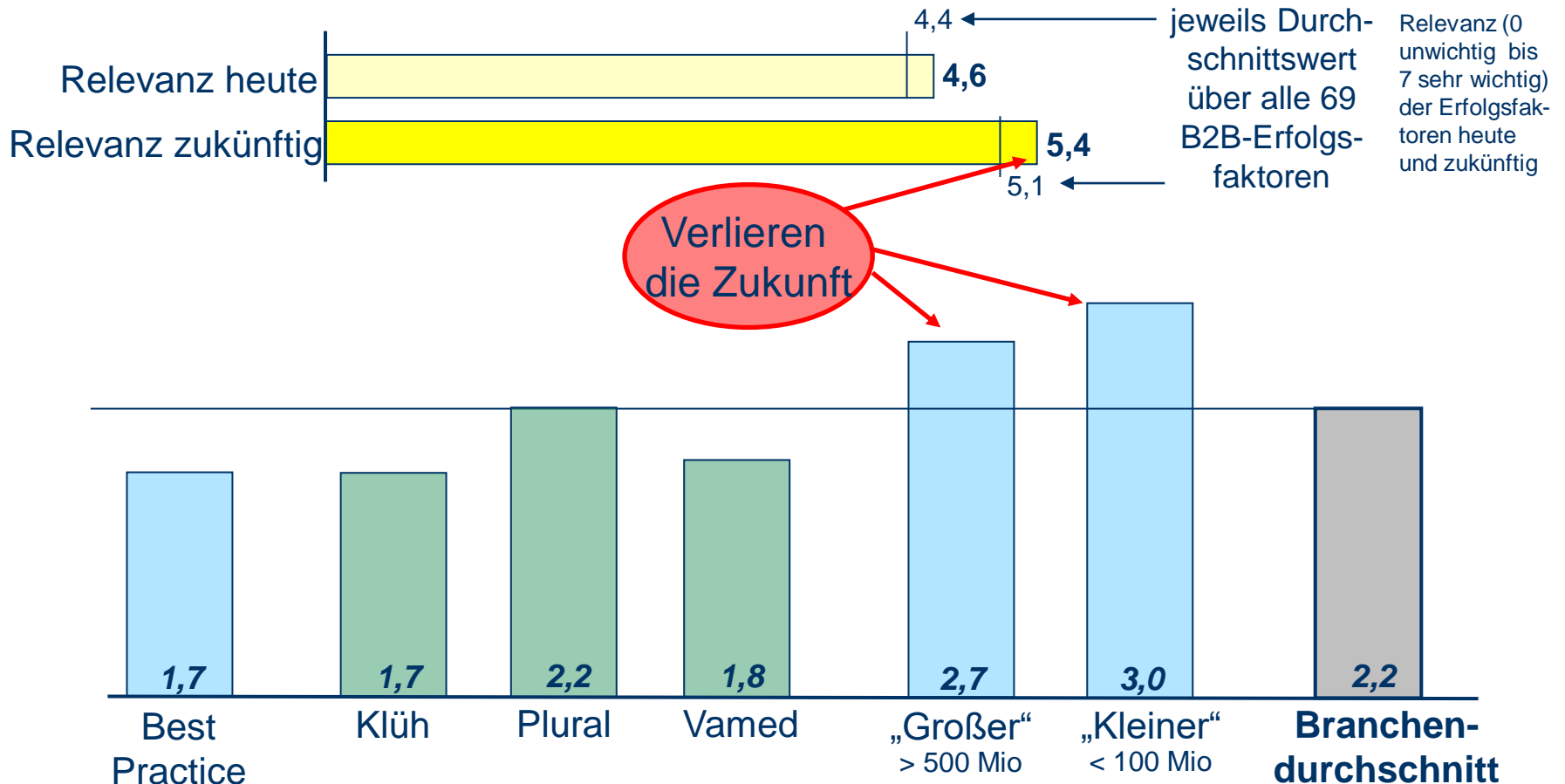
Erfolgsfaktorbündel „Kompetenz“ (3: Management-K, Fach-/Soz-K der MA ...)



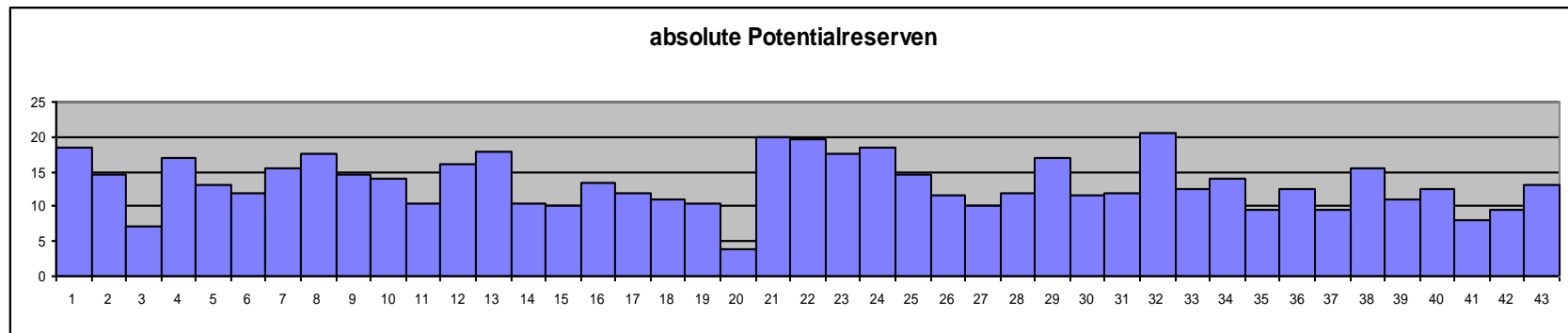
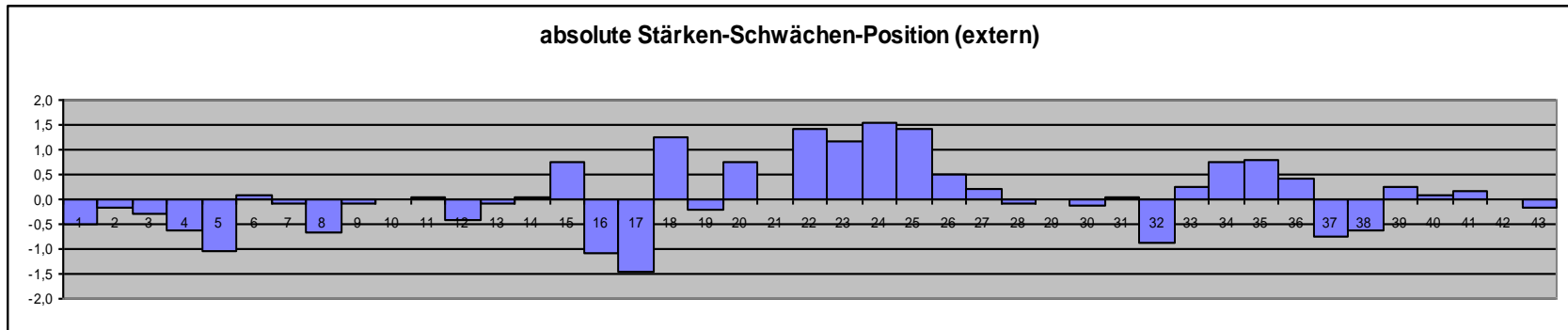
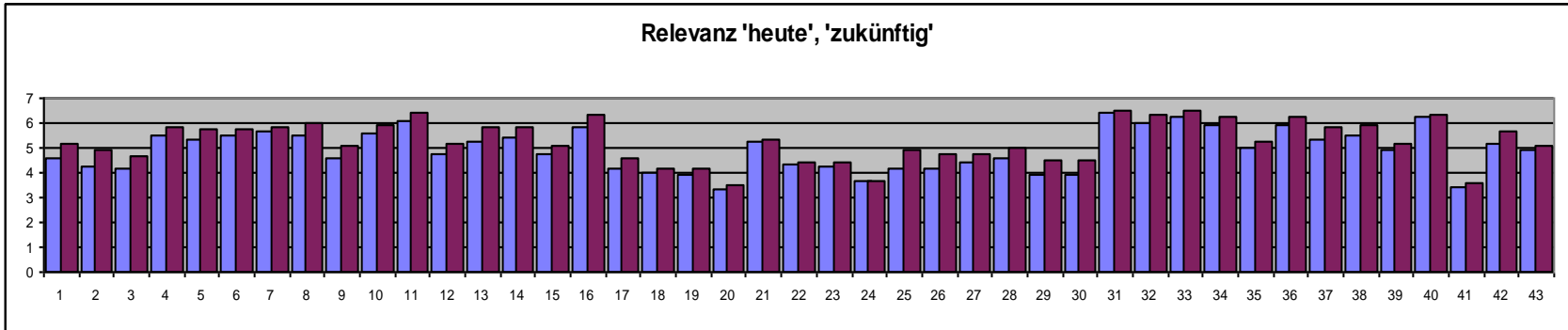
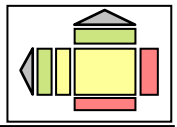
Durchschnittliche Benotung des Erfolgsfaktors bzw. der Ressource (1 = sehr gut bis 6 = ungenügend) für das jeweilige FM-Unternehmen

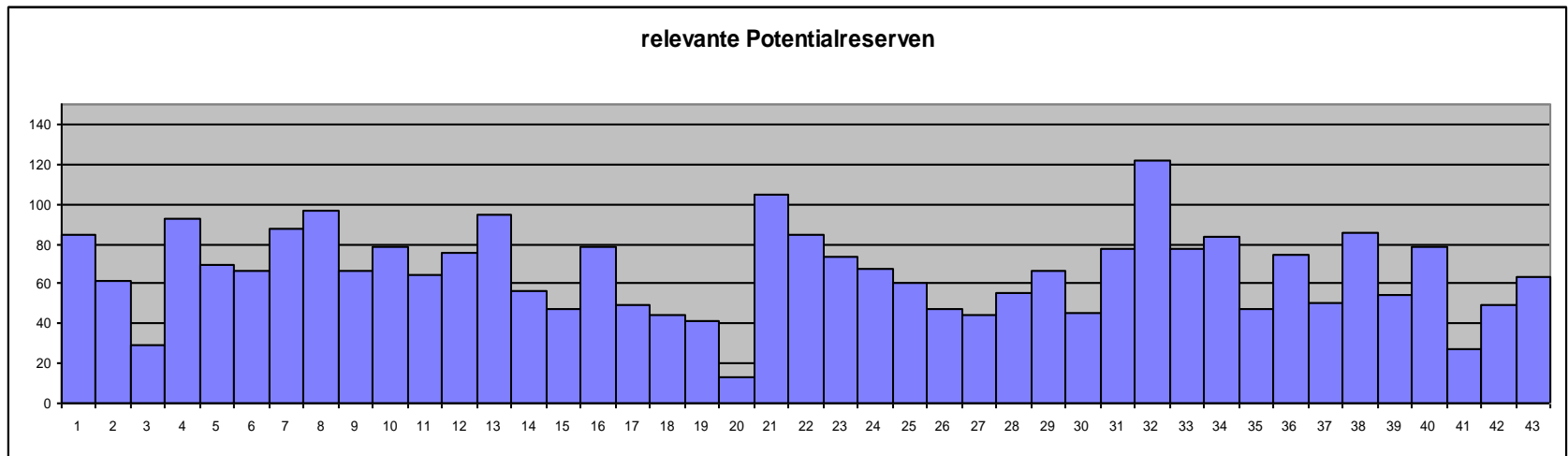
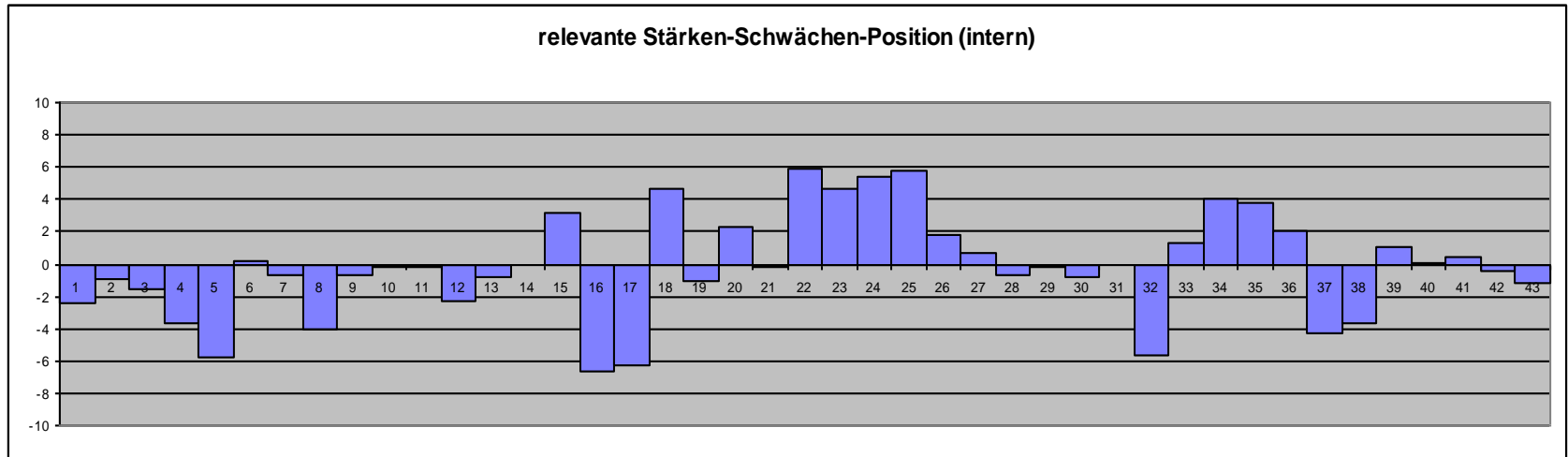
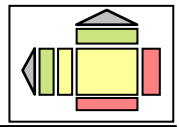


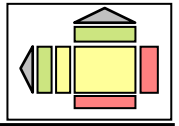
Erfolgsfaktorbündel „Langfristige Basis“ (3: Erfahrung, Beziehung ...)



Durchschnittliche Benotung des Erfolgsfaktors bzw. der Ressource (1 = sehr gut bis 6 = ungenügend) für das jeweilige FM-Unternehmen ▶



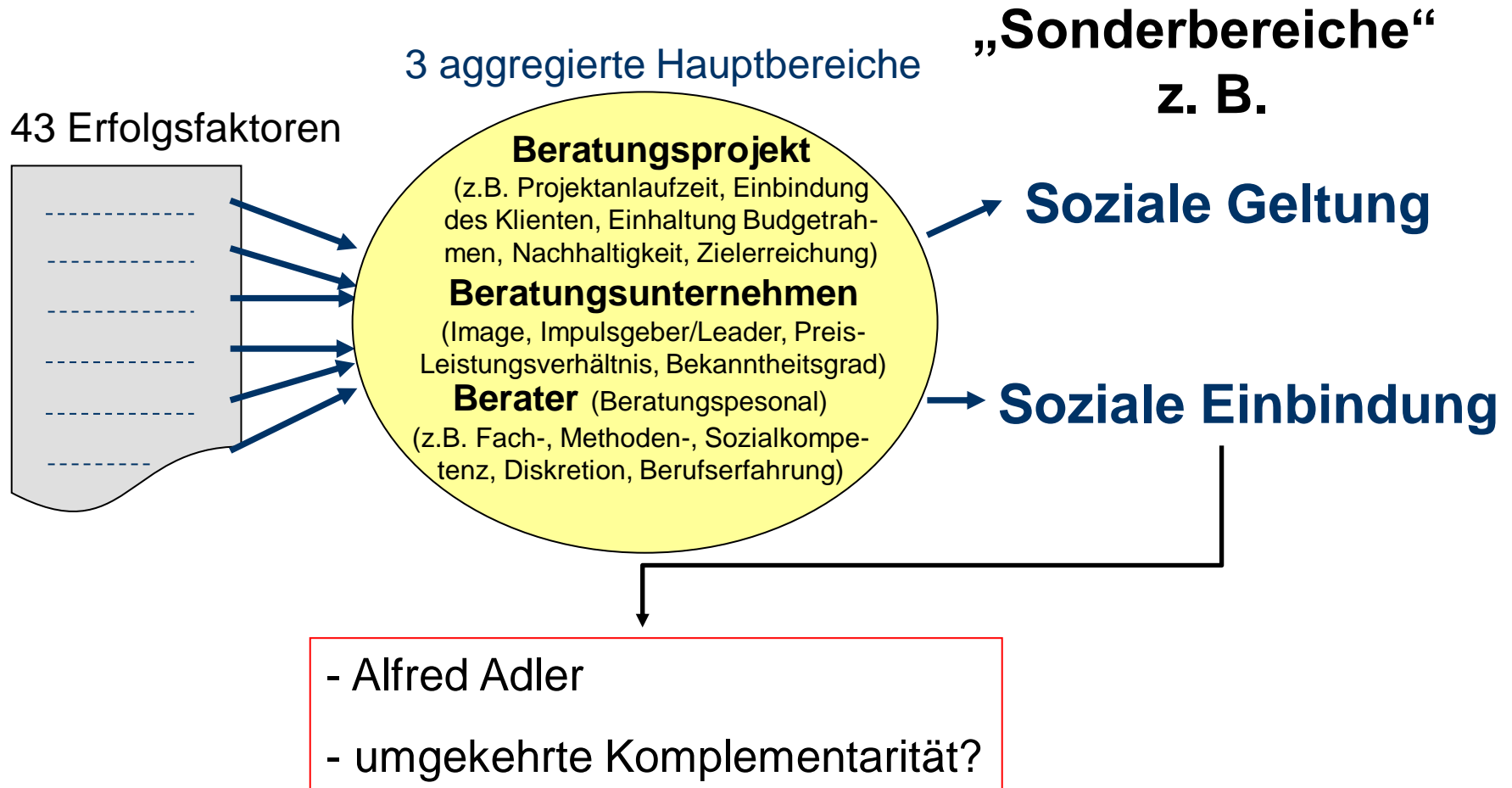
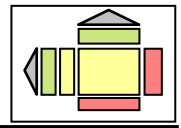


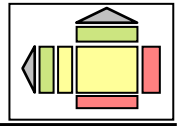


McKinsey im Vergleich zum Durchschnitt aller Beratungsunternehmen

Zielerreichung	Nachhaltigkeit	Preis-Leistungs-Verhältnis	Sozialkompetenz	Image	Bekanntheitsgrad

Skala von -3 bis +3





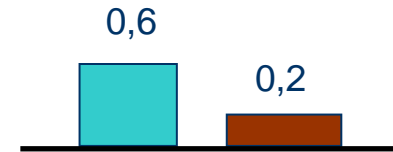
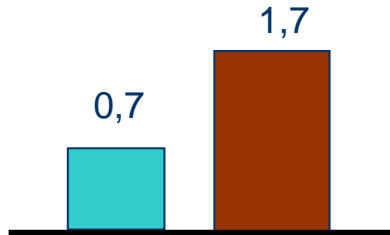
7 EF für soziale Geltung

(Größe, Legitimationsfunktion, Bekanntheit etc.)

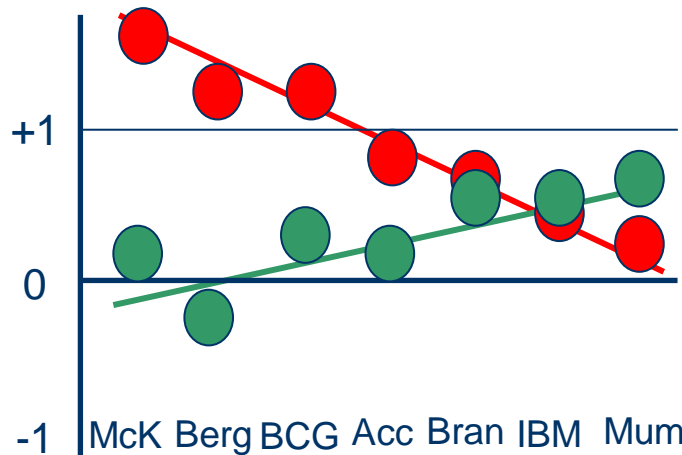
7 EF für soziale Einbindung

(Soz-Komp., pers. Beziehg., MA-Einbindung etc.)

McKinsey im Vergleich zum **Durchschnitt aller Beratungsunternehmen*)**



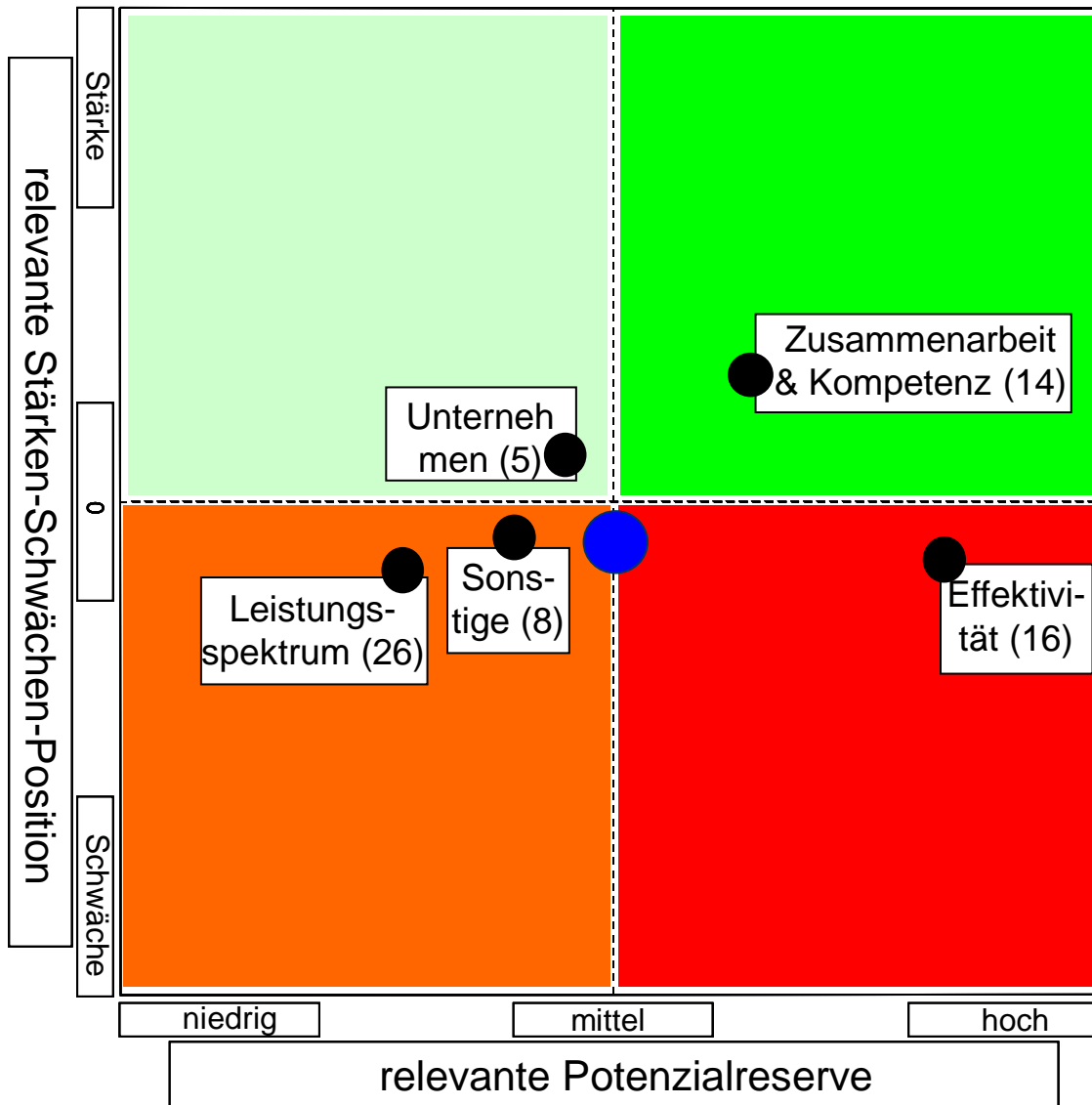
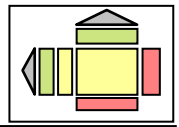
Weitere Beratungsunternehmen im Stärken-Schwächen-Rating



Über alle
Korr -0,7

Adler's umgekehrte
Komplementarität ist in der
Empirie des Beratungs-
geschäfts erkennbar

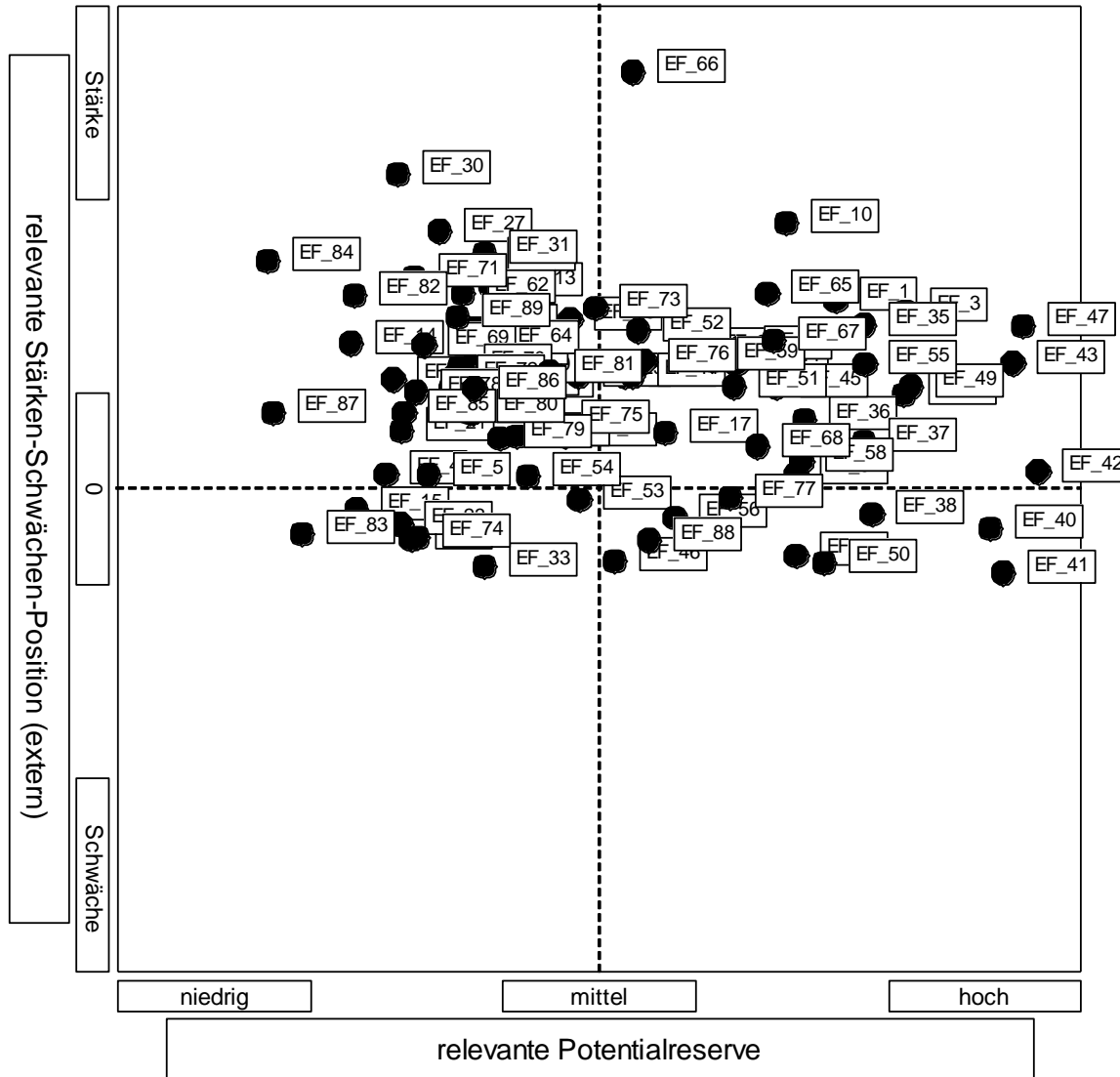
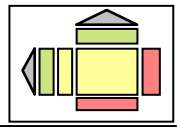
*)Skala von -3 bis +3

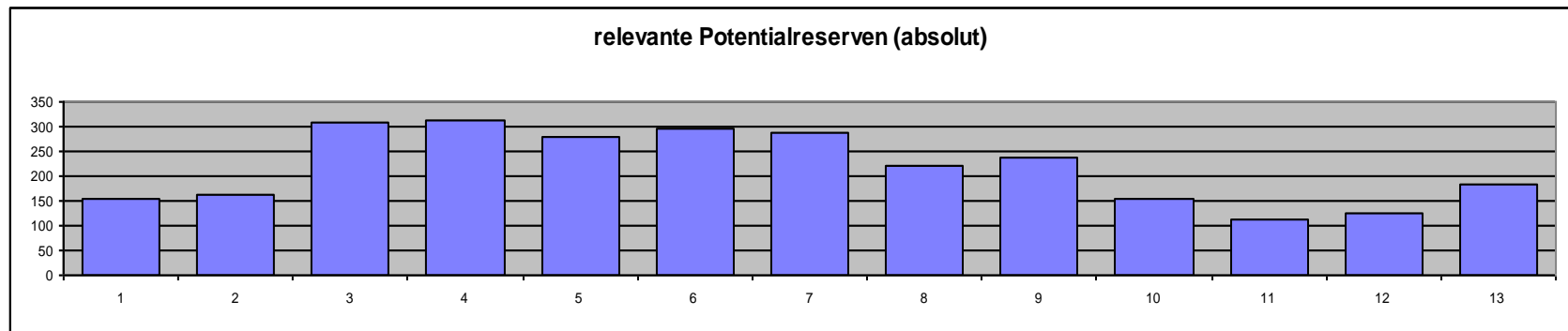
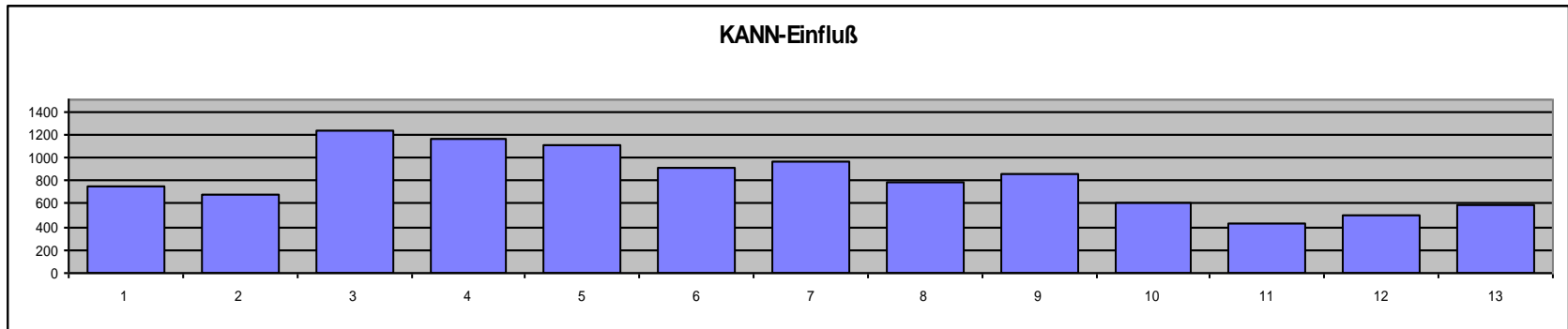
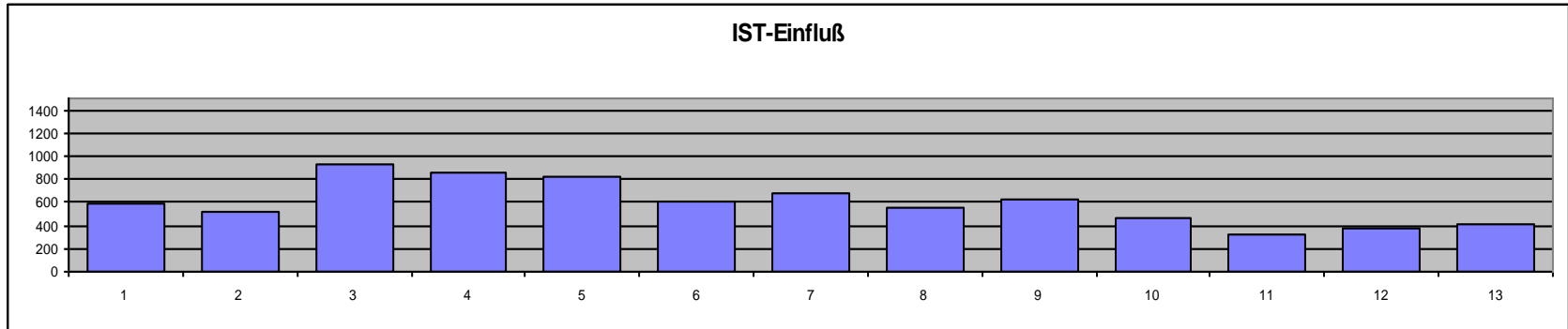
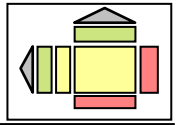


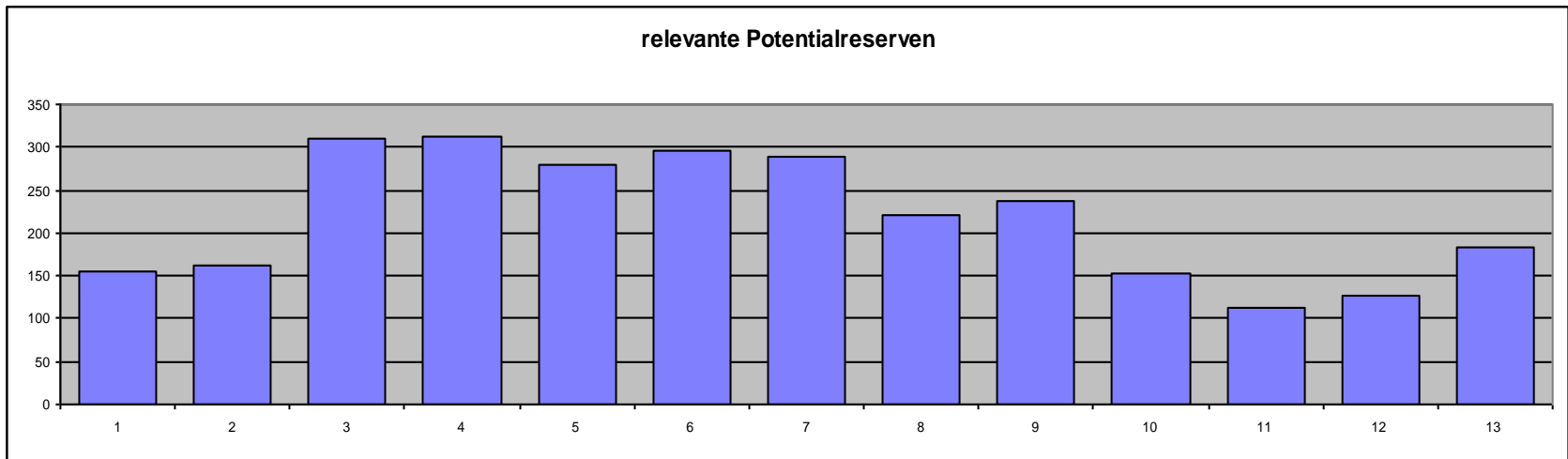
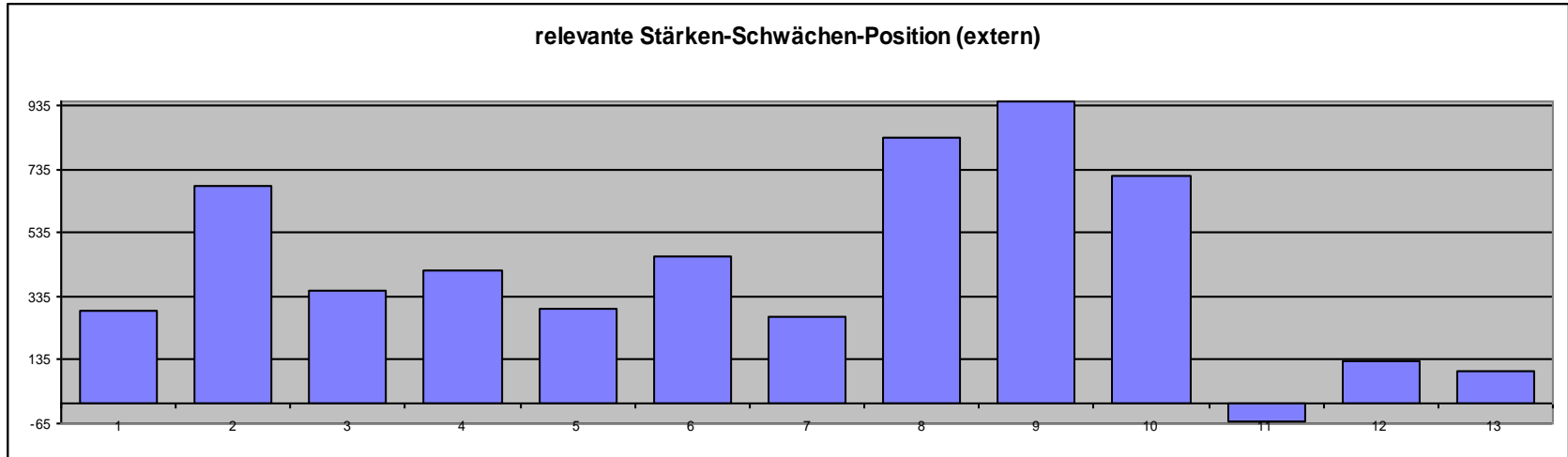
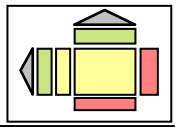
● Gesamt-positionierung des FM-Unternehmens

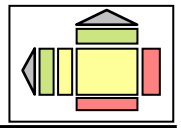
5 aggregierte Hauptfaktoren (69 Einzelfaktoren)

ca. 2/3 in Schwächen-Position!

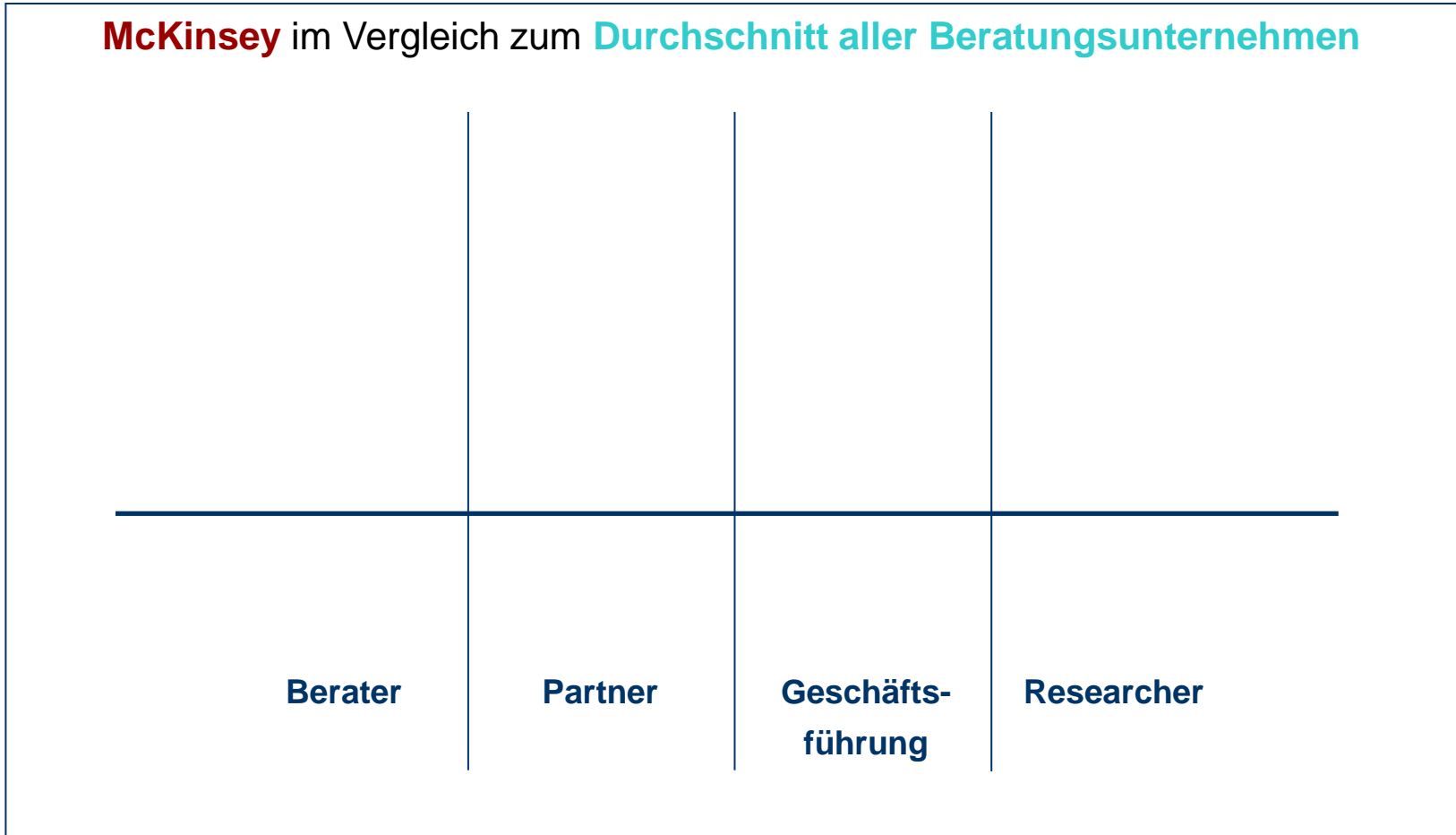




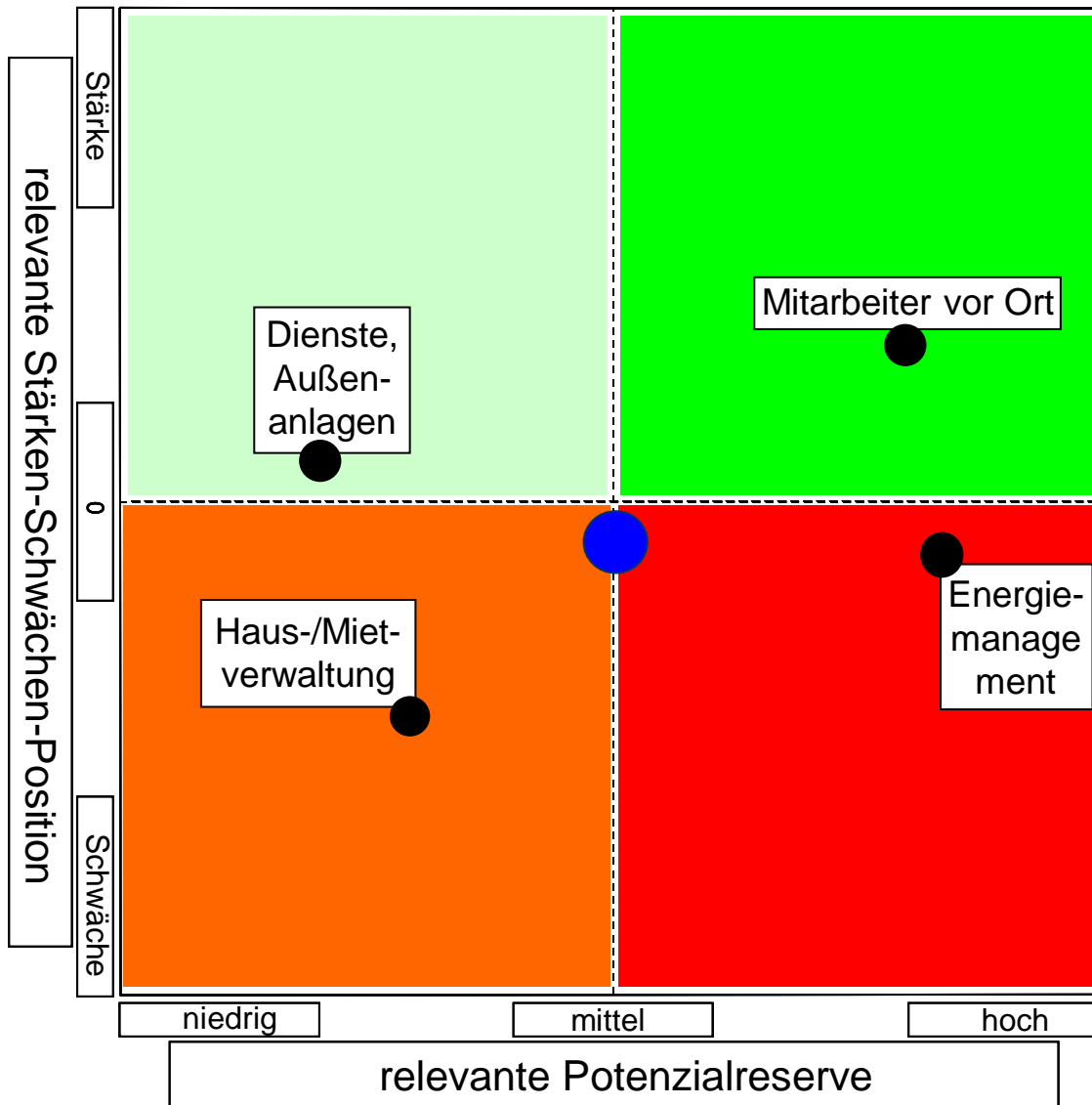
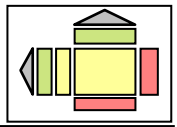




McKinsey im Vergleich zum Durchschnitt aller Beratungsunternehmen

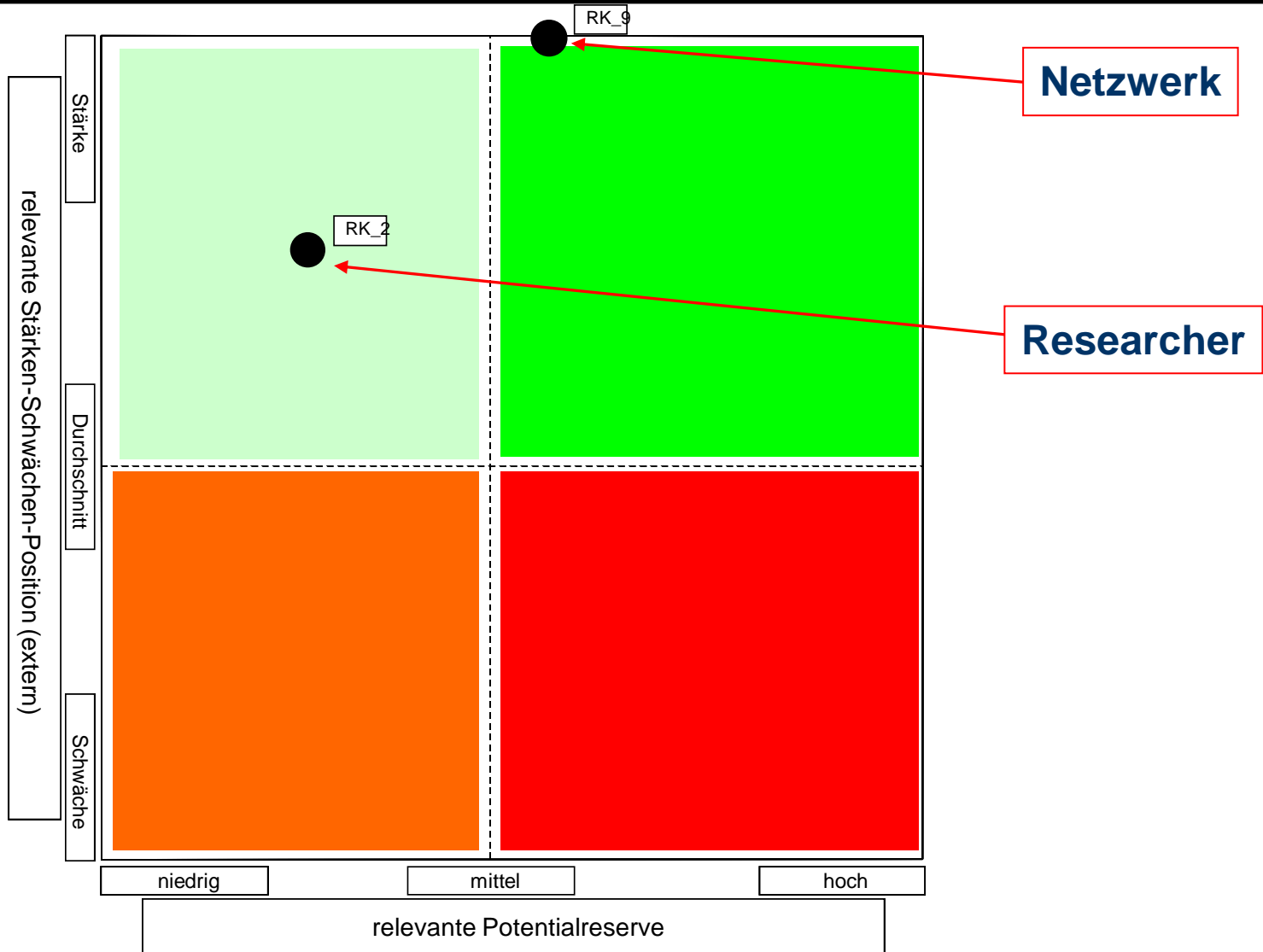
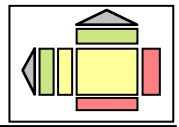


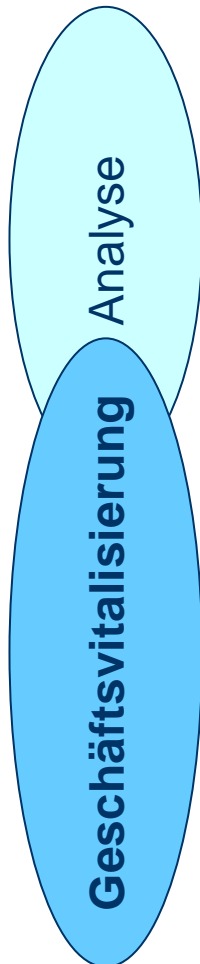
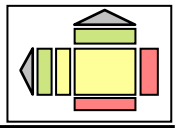
Skala von -3 bis +3



● Gesamtpositionierung des FM-Unternehmens

4 von 23 Ressourcen





**Achtung,
bisher vor allem Analyse**

- der Erfolgsfaktoren und
 - der Ressourcen
- mit Vitalisierungs-“hinweisen“

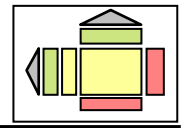
jetzt:

- Ableitung von Maßnahmen für
- Geschäftsvitalisierung

und zwar:

- gezielt und systematisch
- priorisiert und punktgenau und
- konkreter Umsetzungssteuerung

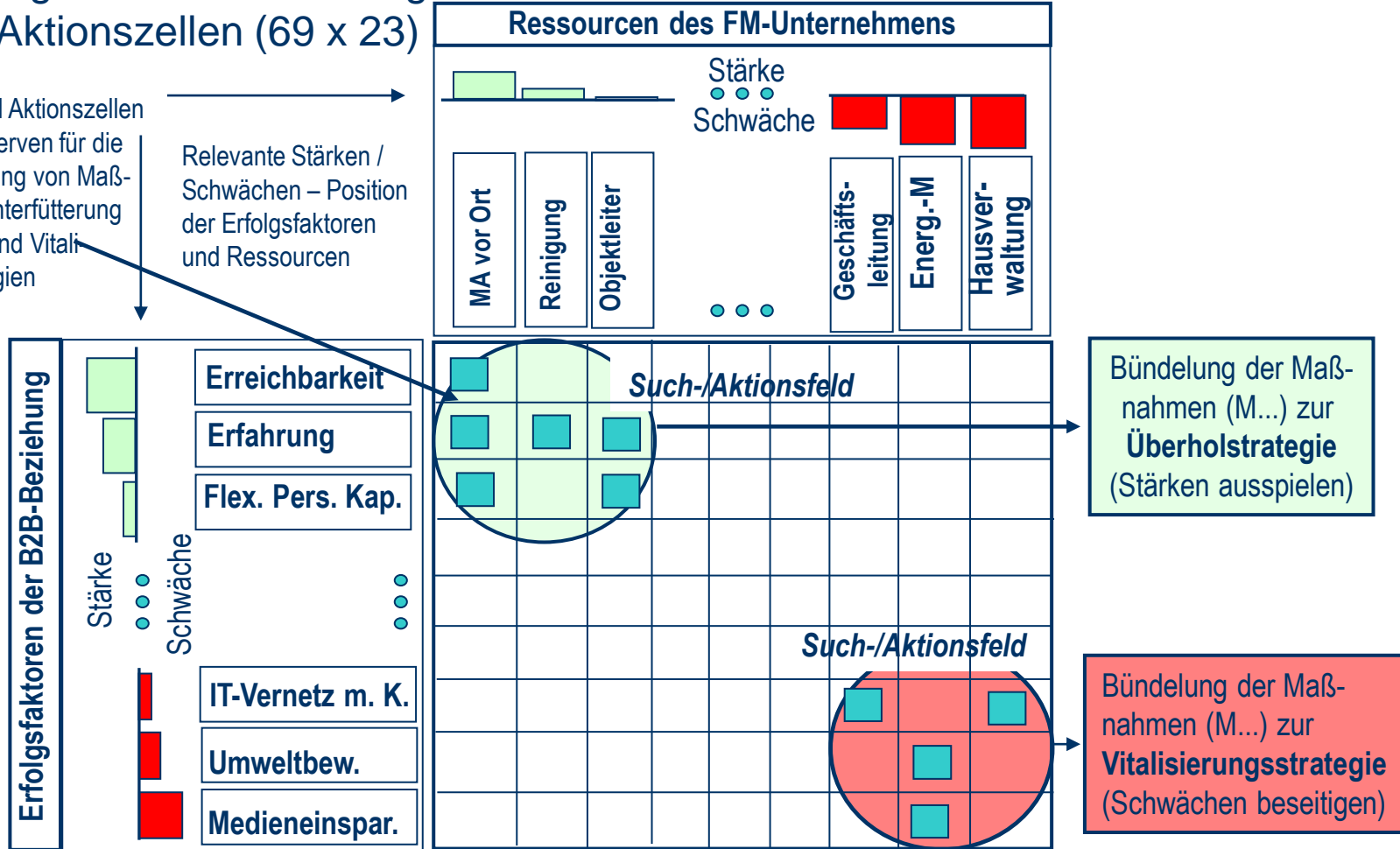


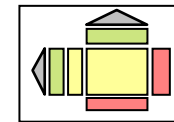


Zerspaltung der B2B-Beziehung in 1.587 Aktionszellen (69 x 23)

Such- und Aktionszellen mit hohen Reserven für die gezielte Ableitung von Maßnahmen zur Unterfütterung von Überhol- und Vitalisierungsstrategien

Relevante Stärken / Schwächen – Position der Erfolgsfaktoren und Ressourcen



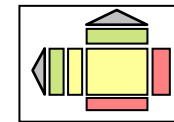


Beispielhafter Auschnitt aus dem FM-Healthcare-Kooperationsprojekt

(290 Zellen; 18% der SRD-Matrix)

SRD-Munitionskiste / Aktionsmatrix (extern)

	19	20	21	10	22	18	9	8	17	7
	Geschäftsführung	Geschäftsführer für Organschaften	Berater	Beschaffungsmanagement	Projekt-/Objektleiter	Vertragsmanagement	Organisation und Verwaltung	Energiemanagement	Haus-/Mietverwertung	Instandhaltung
56 Bessere Auslastung durch höhere Patientenzahl	2,00	1,00	1,00	0,00	1,50	1,00	2,00	0,00	1,50	1,00
57 Erhöhung des Anteils der privaten Patienten	2,50	2,00	1,50	0,50	1,50	2,00	1,50	0,00	1,50	1,00
28 Flexible Zahlungsbedingungen	1,50	1,50	2,50	2,00	1,00	3,00	0,50	2,00	1,00	2,00
48 Senkung von Medien (Strom, Wasser, Gas, Öl)	1,50	1,00	1,50	2,50	3,00	2,50	0,50	2,50	1,00	1,50
47 Senkung von Instandhaltungs- u. Wartungskosten	1,50	1,00	1,50	2,50	3,00	3,00	0,50	2,00	1,50	1,00
54 Qualitätsverbesserung in den Leistungsbereichen	1,50	1,00	1,50	2,50	2,00	2,00	0,50	2,00	0,50	1,00
24 Permanente Neu- und Weiterentwicklung des Leistungsspektrums	1,50	1,50	2,50	1,50	1,00	2,50	1,00	3,00	1,00	1,50
38 Hohe Sozialkompetenz des eingesetzten Personals	1,00	1,00	0,50	1,50	1,00	1,50	0,50	1,50	1,00	2,00
67 Ausgeprägtes Umweltbewusstsein	1,50	1,50	1,00	1,50	1,50	1,00	0,50	2,00	0,00	2,00
Bereitstellung aktueller Informationen in den Leistungsbereichen	1,00	0,50	0,50	3,00	1,50	1,50	1,00	1,00	1,00	1,50
58 Werterhalt bzw. Wertsteigerung der Immobilien	1,00	2,00	2,00	1,00	1,50	2,00	1,00	2,00	1,50	3,00
31 Gewährleistungspflichten	2,50	1,50	2,00	1,50	0,50	2,50	0,50	2,00	0,50	2,50
60 Erzielen von Wettbewerbsvorteilen	1,50	1,50	1,50	2,50	1,50	2,50	0,50	1,50	1,50	2,00
30 Einhaltung des Budgets	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	3,00	1,00	2,50	1,00	2,50
50 Bessere Auslastung von Kapazitäten	2,00	2,00	2,50	1,00	2,00	2,00	1,00	1,50	1,50	0,50
39 Hohe Motivation des eingesetzten Personals	0,50	1,00	0,50	0,00	1,00	1,50	0,50	1,50	1,00	2,00
13 Anbieten von Textil-Mietservice	0,50	0,00	0,50	1,50	1,00	0,50	1,00	1,00	0,50	0,00
12 Anbieten von Zentralsterilisation	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	2,00	0,50	1,00
61 Erreichen von Ertragssteigerungen	1,50	1,50	1,50	2,00	1,50	2,50	1,50	3,00	1,50	1,50
55 Erreichung eines besseren Erscheinungsbildes des eigenen Hauses in der Öffentlichkeit	2,50	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	0,50	2,00	1,00	0,50
68 Übernahme von sozialer Verantwortung	2,50	1,00	1,00	1,00	1,50	1,00	0,50	2,00	0,50	1,50
46 Erreichen von Einsparpotenzialen	1,50	1,00	1,00	2,50	1,00	2,50	1,00	2,50	1,50	2,00
37 Hohe Fachkompetenz des eingesetzten Personals	1,50	1,50	1,00	2,00	1,50	1,50	0,50	1,00	1,00	2,00
29 Gutes Preis-/Leistungsverhältnis	2,00	1,50	3,00	2,00	1,00	2,50	1,00	2,00	1,00	2,00
8 Anbieten von Transport/Logistik	0,00	0,50	1,50	1,00	1,50	0,50	1,00	0,50	0,00	0,00
11 Anbieten von Materialwirtschaft	0,50	0,50	1,00	2,00	0,50	1,00	0,50	1,00	0,00	0,50
5 Image des FM-Unternehmens	0,50	0,50	1,50	0,50	1,50	1,00	0,50	3,00	1,50	0,50
49 Optimierung der Prozesse	1,50	1,00	2,00	1,00	3,50	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00
51 Erreichen von Volumeneffekten (z.B. durch Beschaffungspool, Mengenrabatte)	2,00	1,50	2,00	2,00	2,00	2,50	1,50	2,50	1,00	1,00

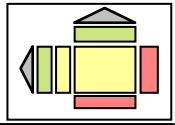


Beispielhafter Ausschnitt aus dem FM-Healthcare-Kooperationsprojekt

(290 Zellen; 18% der SRD-Matrix)

SRD-Munitionskiste / Aktionsmatrix (extern)

	19	20	21	10	22	18	9	8	17	7
	Geschäftsführung	Geschäftsführer für Organschaften	Berater	Beschaffungsmanagement	Projekt-/Objektleiter	Vertragsmanagement	Organisation und Verwaltung	Energiemanagement	Haus-/Mietverwertung	Instandhaltung
56 Bessere Auslastung durch höhere Patientenzahl	2,00	1,00	1,00	0,00	1,50	1,00	2,00	0,00	1,50	1,00
57 Erhöhung des Anteils der privaten Patienten	2,50	2,00	1,50	0,50	1,50	2,00	1,50	0,00	1,50	1,00
28 Flexible Zahlungsbedingungen	1,50	1,50	2,50	2,00	1,00	3,00	0,50	2,00	1,00	2,00
48 Senkung von Medien (Strom, Wasser, Gas, Öl)	1,50	1,00	1,50	2,50	3,00	2,50	0,50	2,50	1,00	1,50
47 Senkung von Instandhaltungs- u. Wartungskosten	1,50	1,00	1,50	2,50	3,00	3,00	0,50	2,00	1,50	1,00
54 Qualitätsverbesserung in den Leistungsbereichen	1,50	1,00	1,50	2,50	2,00	2,00	0,50	2,00	0,50	1,00
24 Permanente Neu- und Weiterentwicklung des Leistungsspektrums	1,50	1,50	2,50	1,50	1,00	2,50	1,00	3,00	1,00	1,50
38 Hohe Sozialkompetenz des eingesetzten Personals	1,00	1,00	0,50	1,50	1,00	1,50	0,50	1,50	1,00	2,00
67 Ausgeprägtes Umweltbewusstsein	1,50	1,50	1,00	1,50	1,50	1,00	0,50	2,00	0,00	2,00
63 Bereitstellung aktueller Informationen in den Leistungsbereichen	1,00	0,50	0,50	3,00	1,50	1,50	1,00	1,00	1,00	1,50
58 Werterhalt bzw. Wertsteigerung der Immobilien	1,00	2,00	2,00	1,00	1,50	2,00	1,00	2,00	1,50	3,00
31 Gewährleistungspflichten	2,50	1,50	2,00	1,50	0,50	2,50	0,50	2,00	0,50	2,50
60 Erzielen von Wettbewerbsvorteilen	1,50	1,50	1,50	2,50	1,50	2,50	0,50	1,50	1,50	2,00
30 Einhaltung des Budgets	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	3,00	1,00	2,50	1,00	2,50
50 Bessere Auslastung von Kapazitäten	2,00	2,00	2,50	1,00	2,00	2,00	1,00	1,50	1,50	0,50
39 Hohe Motivation des eingesetzten Personals	0,50	1,00	0,50	0,00	1,00	1,50	0,50	1,50	1,00	2,00
13 Anbieten von Textil-Mietservice	0,50	0,00	0,50	1,50	1,00	0,50	1,00	1,00	0,50	0,00
12 Anbieten von Zentralsterilisation	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	2,00	0,50	1,00
61 Erreichen von Ertragssteigerungen	1,50	1,50	1,50	2,00	1,50	2,50	1,50	3,00	1,50	1,50
55 Erreichung eines besseren Erscheinungsbildes des eigenen Hauses in der Öffentlichkeit	2,50	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	0,50	2,00	1,00	0,50
68 Übernahme von sozialer Verantwortung	2,50	1,00	1,00	1,00	1,50	1,00	0,50	2,00	0,50	1,50
46 Erreichen von Einsparpotenzialen	1,50	1,00	1,00	2,50	1,00	2,50	1,00	2,50	1,50	2,00
37 Hohe Fachkompetenz des eingesetzten Personals	1,50	1,50	1,00	2,00	1,50	1,50	0,50	1,00	1,00	2,00
29 Gutes Preis-/Leistungsverhältnis	2,00	1,50	3,00	2,00	1,00	2,50	1,00	2,00	1,00	2,00
8 Anbieten von Transport/Logistik	0,00	0,50	1,50	1,00	1,50	0,50	1,00	0,50	0,00	0,00
11 Anbieten von Materialwirtschaft	0,50	0,50	1,00	2,00	0,50	1,00	0,50	1,00	0,00	0,50
5 Image des FM-Unternehmens	0,50	0,50	1,50	0,50	1,50	1,00	0,50	3,00	1,50	0,50
49 Optimierung der Prozesse	1,50	1,00	2,00	1,00	3,50	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00
51 Erreichen von Volumeneffekten (z. B. durch Beschaffungspool, Mengenrabatte)	2,00	1,50	2,00	2,00	2,00	2,50	1,50	2,50	1,00	1,00



SRD-Munitionskiste /
 Aktionsmatrix (extern)
1587

	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
	Geschäftsführung	Geschäftsführer für Spartenbereiche	Beirater	Beschaffungsmanagement	Projekt-/Objektleiter	Vertragsmanagement	Organisation und Verwaltung	Einkaufsmanagement	Forsch.-Aktivierung	Instandhaltung
56 Bessere Auslastung durch höhere Patientenzahl	2,00	1,00	1,00	0,00	1,50	1,00	2,00	0,00	1,50	1,00
57 Erhöhung des Anteils der privaten Patienten	2,50	2,00	1,50	0,50	1,50	2,00	1,50	0,00	1,50	1,00
29 Flexible Zahlungsbedingungen	1,50	1,50	2,00	1,00	3,00	0,50	2,00	1,00	2,00	2,00
48 Senkung von Medien (Strom, Wasser, Gas, Öl)	1,50	1,00	1,00	2,00	3,00	2,50	0,50	2,50	1,00	1,50
47 Senkung von Instandhaltungs- u. Wartungskosten	1,50	1,00	1,50	2,00	3,00	0,50	2,00	1,50	1,00	1,00
54 Qualitätsverbesserung in den Leistungsbereichen	1,50	1,00	1,50	2,00	2,00	2,00	2,00	0,50	2,00	1,00
Permanente Neu- und Weiterentwicklung	1,50	1,50	2,50	1,50	1,00	2,50	1,00	3,00	1,00	2,00
24 des Leistungsspektrums	1,50	1,50	2,50	1,50	1,00	2,50	1,00	3,00	1,00	2,00
30 Hohe Sozialkompetenz des eingesetzten Personals	1,00	1,00	0,50	1,50	1,00	1,50	1,50	0,50	1,50	1,00
57 Ausgeprägtes Umweltbewusstsein	1,50	1,50	1,00	1,50	1,50	1,00	0,50	2,00	0,00	2,00
Bereitstellung aktueller Informationen										
63 in den Leistungsbereichen	1,00	0,50	0,50	3,00	1,50	1,50	1,00	1,00	1,00	1,50
58 Wertigkeit bzw. Wertsteigerung der Immobilien	1,00	2,00	2,00	1,00	1,50	2,00	1,00	2,00	1,50	3,00
Bewahrung von Haftungsgegarntie u.										
31 Gewährleistungspflichten	2,50	1,50	2,00	1,50	0,50	2,50	0,50	2,00	0,50	2,50
60 Erzielen von Wettbewerbsvorteilen	1,50	1,50	1,50	2,50	1,50	2,50	0,50	1,50	1,50	2,00
30 Erhaltung des Budgets	2,00	2,00	2,50	2,00	2,00	3,00	1,00	2,50	1,00	2,50
50 Bessere Auslastung von Kapazitäten	2,00	2,00	2,50	1,00	2,00	2,00	1,00	1,50	1,50	0,50
38 Hohe Motivation des eingesetzten Personals	0,50	1,00	0,50	0,00	1,00	1,50	0,50	1,50	1,00	2,00
13 Arbeiten von Test- und Service	0,50	0,00	0,50	1,00	1,00	0,50	1,00	1,00	0,50	0,00
12 Arbeiten von Zentralisation	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	2,00	0,50	1,00
61 Erreichen von Ertragssteigerungen	1,50	1,50	1,50	2,00	1,50	2,50	1,50	3,00	1,50	1,50
Erreichung eines besseren Erscheinungsbildes										
55 des eigenen Hauses in der Öffentlichkeit	2,50	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	0,50	2,00	1,00	0,50
68 Übernahme von sozialer Verantwortung	2,50	1,00	1,00	1,00	1,50	1,00	0,50	2,00	0,50	1,50
46 Erreichen von Ertragsprozentsätzen	1,50	1,00	1,00	2,50	1,00	2,50	1,00	2,50	1,50	2,00
37 Hohe Fachkompetenz des eingesetzten Personals	1,50	1,00	1,00	2,00	1,50	0,50	1,00	1,00	1,00	2,00
20 des Preis-Leistungsverhältnisses	2,00	1,50	3,00	2,00	1,00	2,50	1,00	2,00	1,00	2,00
8 Arbeiten von Transportkosten	0,00	0,50	1,50	1,00	1,50	0,50	1,00	0,50	0,00	0,00
11 Arbeiten von Materialwirtschaft	0,50	0,50	1,00	2,00	0,50	1,00	0,50	1,00	0,00	0,50
11 Anlage des FM-Unternehmens	0,50	0,00	1,50	0,50	1,50	1,00	0,50	3,00	1,50	0,50
48 Optimierung der Prozesse	1,50	1,00	2,00	1,00	3,50	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00
Erreichen von Volumeneffekten										
51 (z.B. durch Beschaffungspool, Mengenrabatte)	2,00	1,50	2,00	2,00	2,00	2,50	1,50	2,50	1,00	1,00

Ideenbogen für kreativen Maßnahmenvorschlag

Härtegrad: 1 – M007

Name des Vorschlagenden:

Titel der Maßnahme:

Erfolgsfaktor (Nr.)	Betroffene Ressource (Nr.)	Beschreibung des Maßnahmenvorschlages	Umsetzbarkeit (bitte schätzen)		Vorschläge für Verantwortliche/Umsetzer	sonstige Bemerkungen (Start, Abschluss, Maßnahmeninterdependenzen etc.)
			Zeit ¹	Kosten ²		

Zeit¹

0 = sofort

1 = 1-3 Monate

2 = 4-6 Monate

3 = 7-12 Monate

4 = > 12 Monate

Kosten²

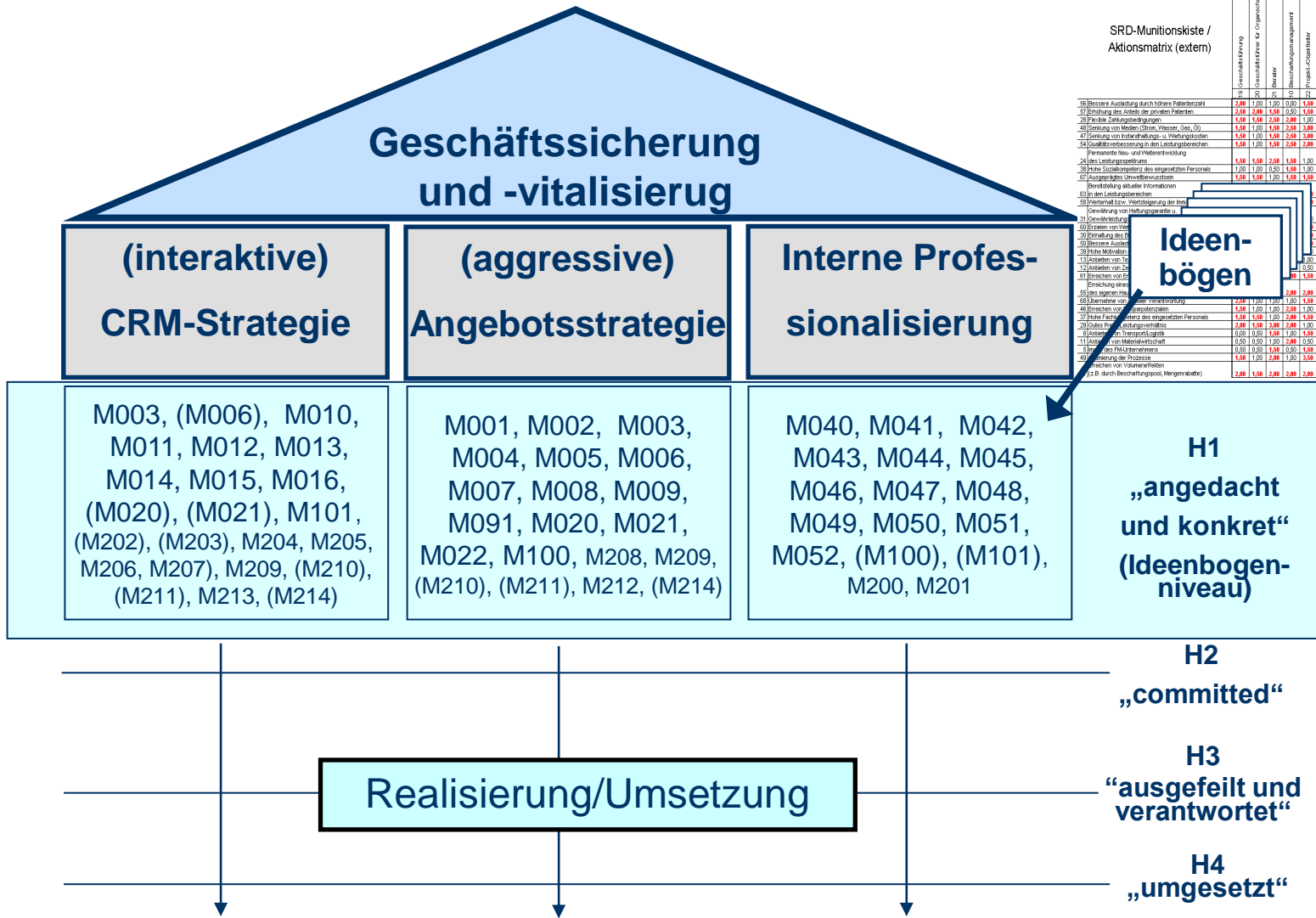
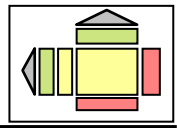
0 = keine

1 = Anstrengung von Fixkostenpotenzialen

2 = bis 5.000 Euro

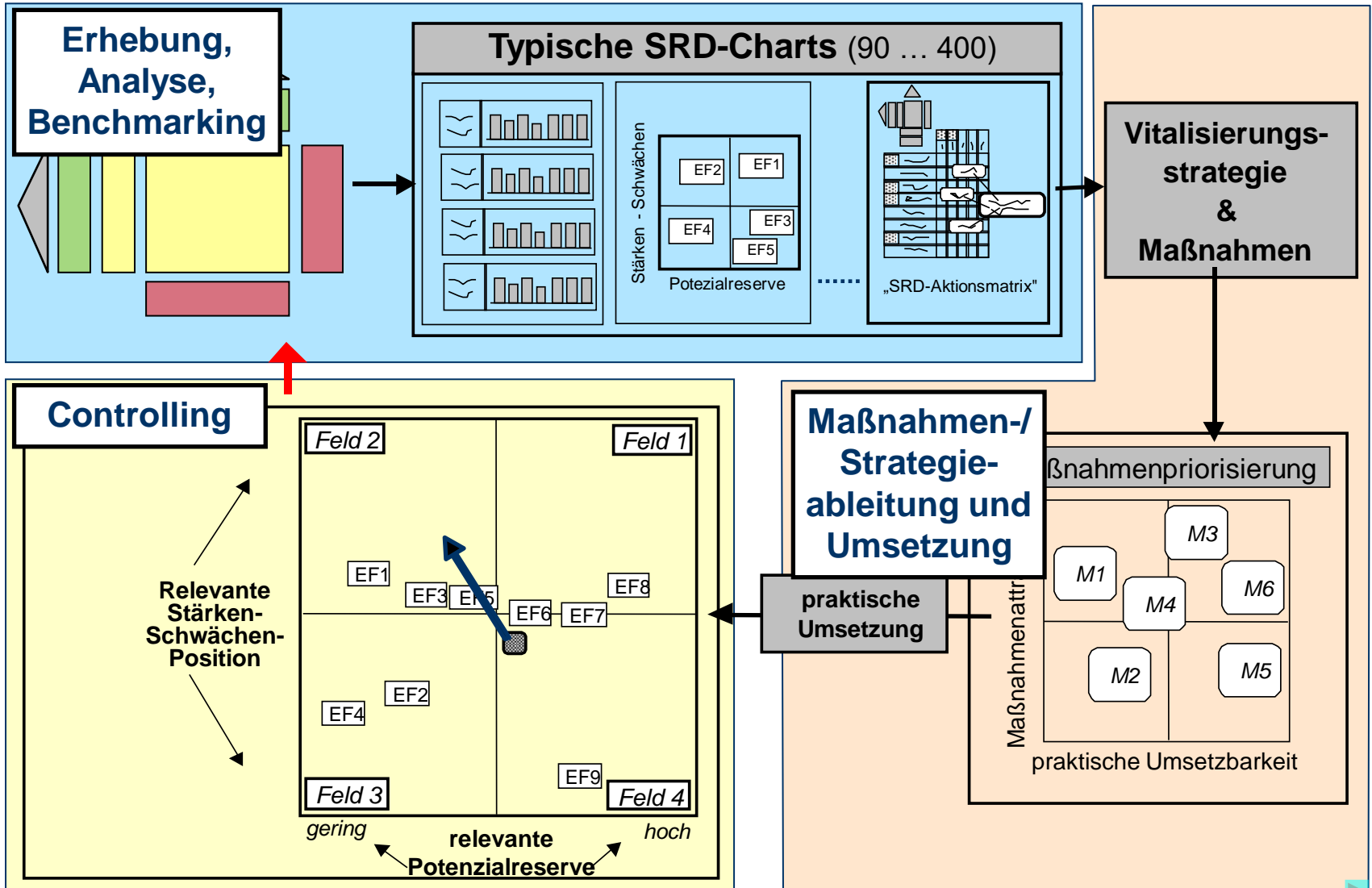
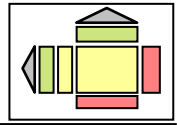
3 = 5.000 - 10.000 Euro

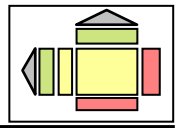
4 = mehr als 10.000 Euro



SRD-Munitionskiste / Aktionsmatrix (extern)

ID	Beschreibung	Strategische Ebene		Operative Ebene		Taktische Ebene		Strategische Ebene		Operative Ebene		Taktische Ebene	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
56	Bessere Auslastung durch höhere Patentzahl	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00
57	Erreichung des ersten der zweiten Quartals	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
58	Flächige Zahlungsverbindungen	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
59	Senkung von Kosten (z.B. Wenden, Gas, Öl)	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
60	Senkung von Betriebskosten u. Wartungskosten	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
61	Qualitätsverbesserung in den Leistungsbereichen	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
62	Personelle Neu- und Weiterentwicklung	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
63	Neue Leistungsstrategien	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
64	Neue Sozialkompetenz bei eingesetzten Personal	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
65	Ausgangspunkt: Investitionsplan	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
66	Bestimmung aktueller Informationen	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
67	EinzelLeistungsleistungen	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
68	Verhalten bzw. Vorgehensweise der Kund	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
69	Erreichung von Leistungszielen u.	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
70	Operative Leistung	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
71	Ergebnis von V&E	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
72	Erreichung der ZF	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
73	Bessere Auslast.	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
74	Neue Mitarbeiter	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
75	Anwerben von ZF	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
76	Anwerben von ZF	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
77	Erreichung eines	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
78	Das richtige Maß	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
79	Erreichung von	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
80	Erreichung von	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
81	Erreichung von	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
82	Erreichung von	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
83	Erreichung von	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
84	Erreichung von	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
85	Erreichung von	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
86	Erreichung von	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
87	Erreichung von	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
88	Erreichung von	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
89	Erreichung von	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
90	Erreichung von	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
91	Erreichung von	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
92	Erreichung von	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
93	Erreichung von	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
94	Erreichung von	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
95	Erreichung von	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
96	Erreichung von	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
97	Erreichung von	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
98	Erreichung von	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
99	Erreichung von	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
100	Erreichung von	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00



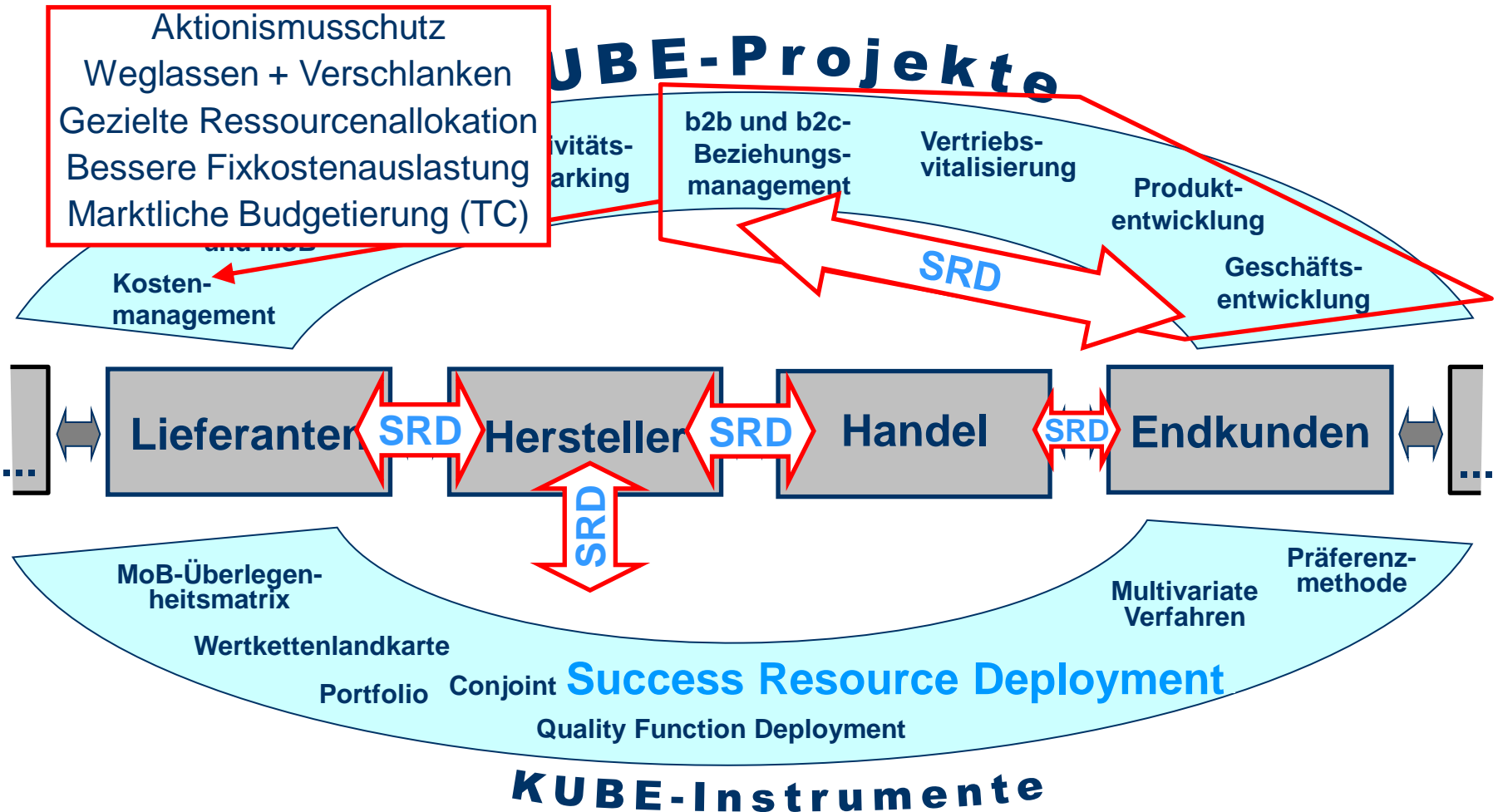
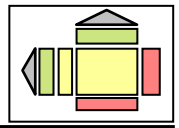


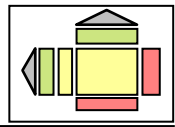
1. **Success Resource Deployment – SRD und Anwendungsbeispiele im Überblick**
2. **Bericht aus dem SRD-Kooperationsprojekt KUBE-Lünendonk – „*B2B FM-HC*“ und weiteren SRD-Beispielen**

3. Rekurs und Fazit

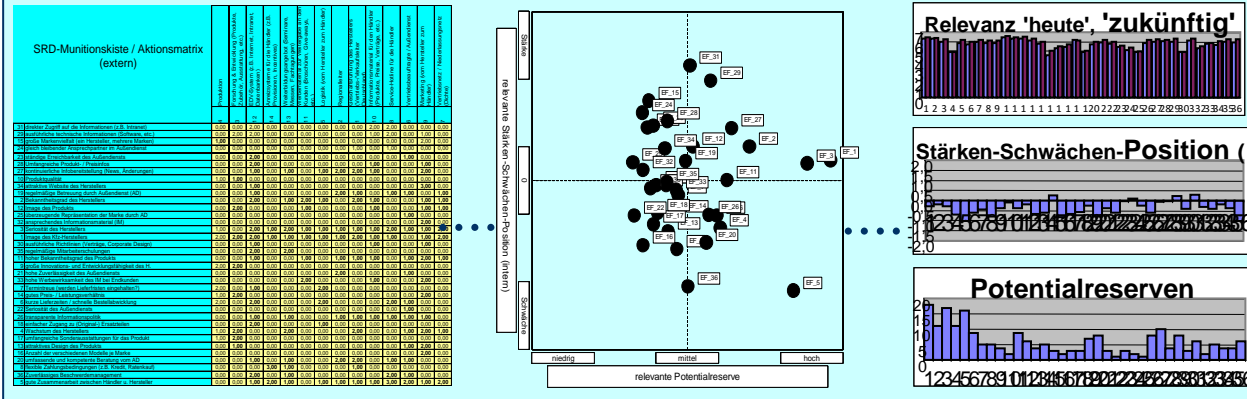
Anhang







SRD-Tank

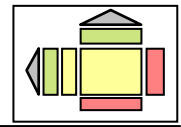


SRD-Projekte:

- KMU
- IT-Unternehmen
- Industrielle Konzerne
- Bau-/Immobilien
- Versicherungen/Banken
- Airlineindustrie
- Messen, Museen
- Handelsunternehmen
- Sportartikelindustrie
- Autoindustrie/-handel
- Textilindustrie
- Hotel/Sanatorium
- Personaldienstleistung
- Bildungsinstitutionen
- Deutsche Gewerkschaft
- Pharmaindustrie
- Uhrenindustrie
- Beratungsunternehmen
- Bildungsbranche
- Katholische Kirche
- Zeitarbeitsunternehmen
- Facility Management

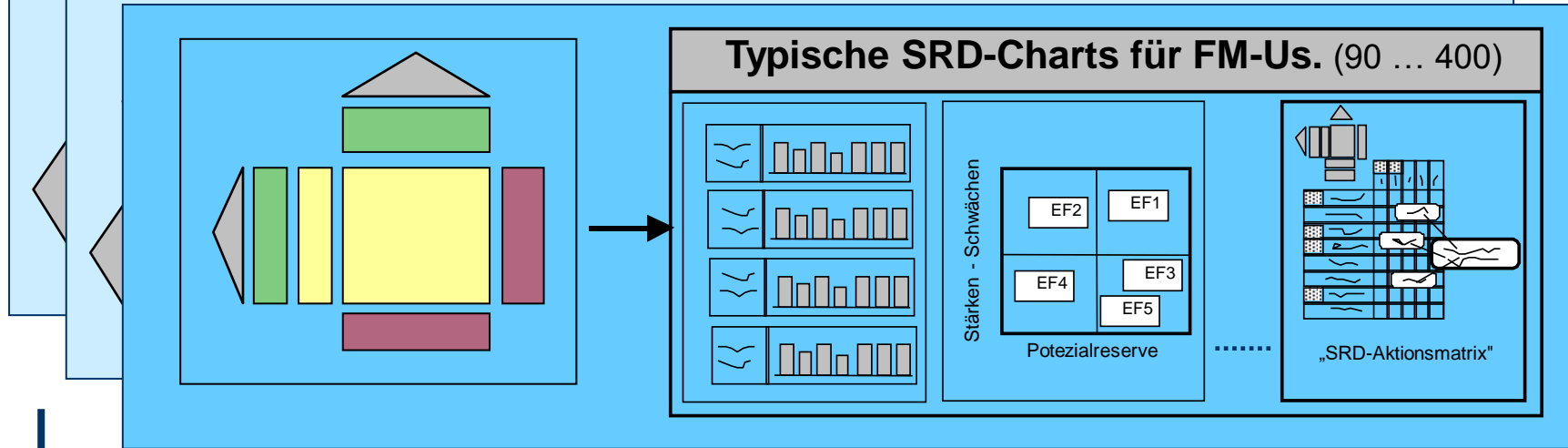
ca. 130 Projekte
 (ca. 6,5 Mio Daten)
 verschiedenste
 Branchen z.B. auch
 „Lünendonk-
 Branchen“

- Erfolgsfaktorenlisten
- Ressourcenlisten
- alle SRD-spezifischen Marks
- Branchen/Firmentypologien
 (typische Schwächen/Stärken/Probleme...)



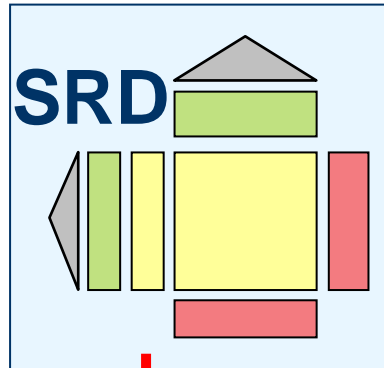
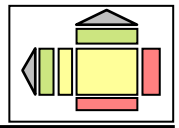
69 Erfolgsfaktoren der B2B-Beziehung

23 Ressourcen der FM-Unternehmen



Datenbank (alle Branchen)

- marktliches Performance-Benchmarking
- Spiegelbildbetrachtungen
- Auflegen von Panels
- SRD-Intensivtrainings
- Geschäftsvitalisierung und Akquisitionsstrategien

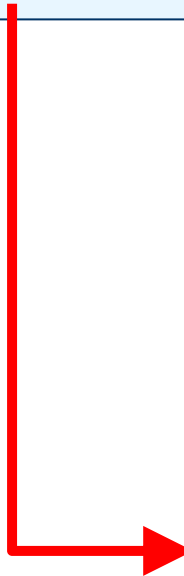


➤ **Instrument für Geschäftsanalyse**

➤ **Benchmarking-Methode**

aber vor allem auch eine ...

➤ **überlegene Methode für die
Vitalisierung & Optimierung von
Produkten + Geschäften +
ganzen SGES und Unternehmen
+ B2B- und B2C-Beziehungen ...**

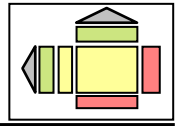


Sicher
Schnell

Raffiniert
Rational

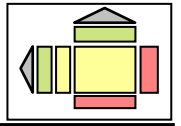
Durchdacht
Dynamisch





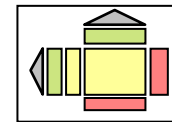
1. **Success Resource Deployment – SRD und Anwendungsbeispiele im Überblick**
2. **Bericht aus dem SRD-Kooperationsprojekt KUBE-Lünendonk – „*B2B FM-HC*“ und weiteren SRD-Projekten**
3. **Rekurs und Fazit**

Anhang

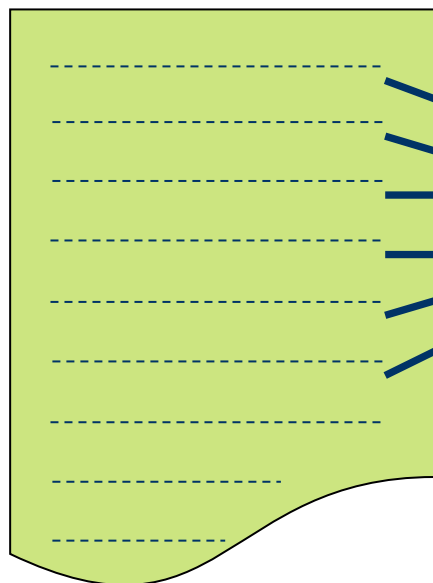


Daten und Erhebung

- leitende Interviewpartner aus 34 Krankenhäusern
- öffentliche, freigemeinnützige und private Trägerschaft
- ca. 16.000 quantifizierte Daten
- Gesamtdeutschland
- verbale Zusatzinformationen



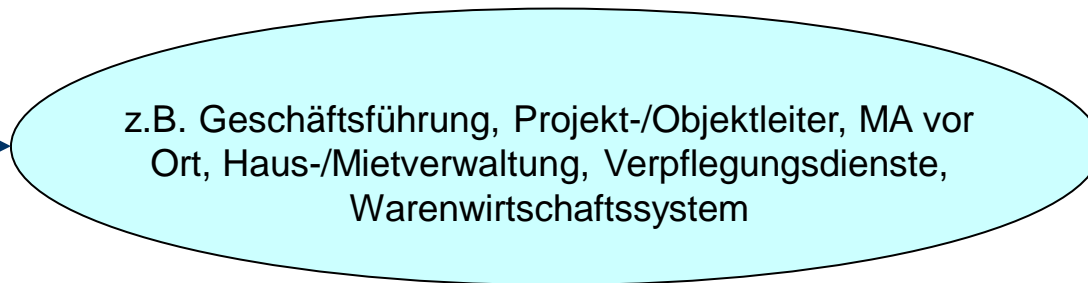
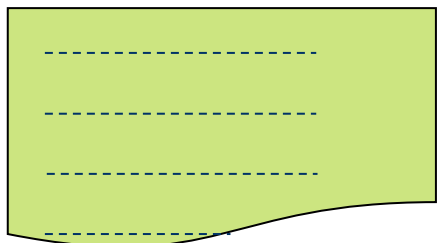
69 Erfolgsfaktoren

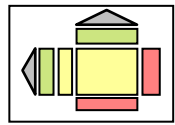


5 aggregierte Hauptbereiche

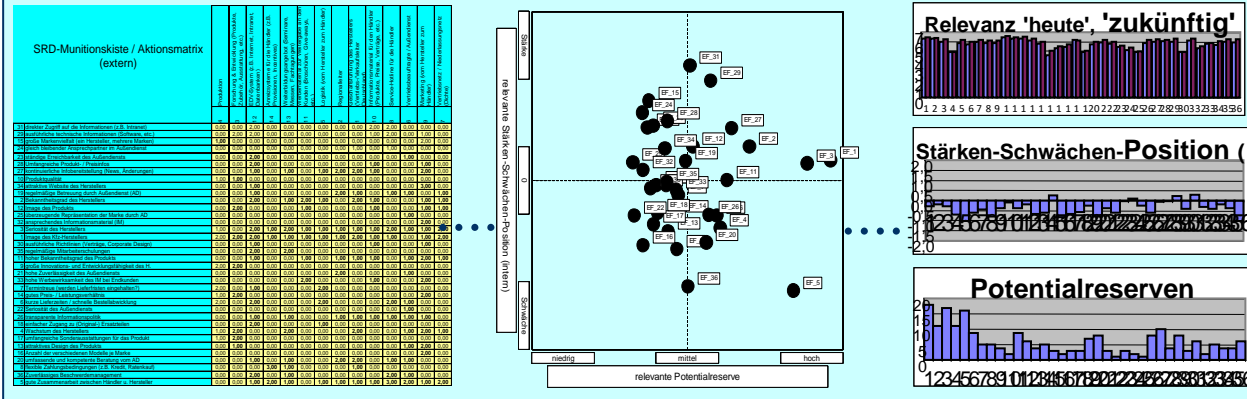


23 Ressourcen





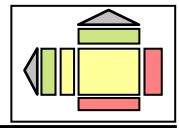
SRD-Tank



- ## SRD-Projekte:
- KMU
 - IT-Unternehmen
 - Industrielle Konzerne
 - Bau-/Immobilien
 - Versicherungen/Banken
 - Airlineindustrie
 - Messen, Museen
 - Handelsunternehmen
 - Sportartikelindustrie
 - Autoindustrie/-handel
 - Textilindustrie
 - Hotel/Sanatorium
 - Personaldienstleistung
 - Bildungsinstitutionen
 - Deutsche Gewerkschaft
 - Pharmaindustrie
 - Uhrenindustrie
 - Beratungsunternehmen
 - Bildungsbranche
 - Katholische Kirche
 - Zeitarbeitsunternehmen
 - Facility Management

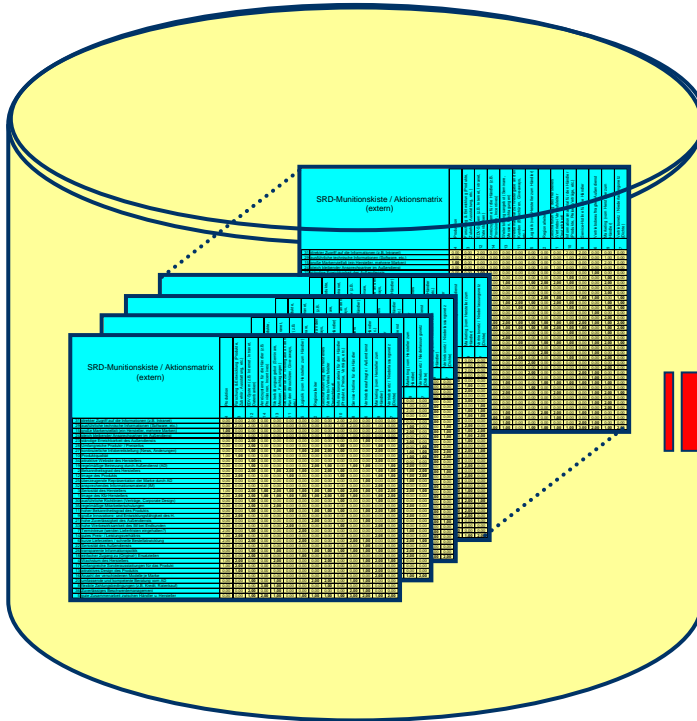
ca. 130 Projekte
 (ca. 6,5 Mio Daten)
verschiedenste
Branchen

- Erfolgsfaktorenlisten
- Ressourcenlisten
- alle SRD-spezifischen Marks
- Branchen/Firmentypologien
 (typische Schwächen/Stärken/Probleme...)

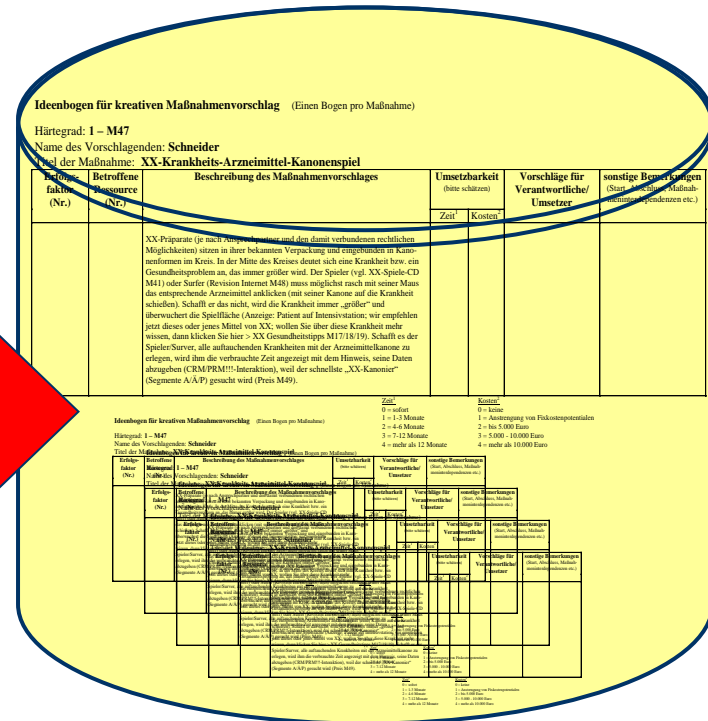


Ca. 150 SRD-Aktionsmatrizen

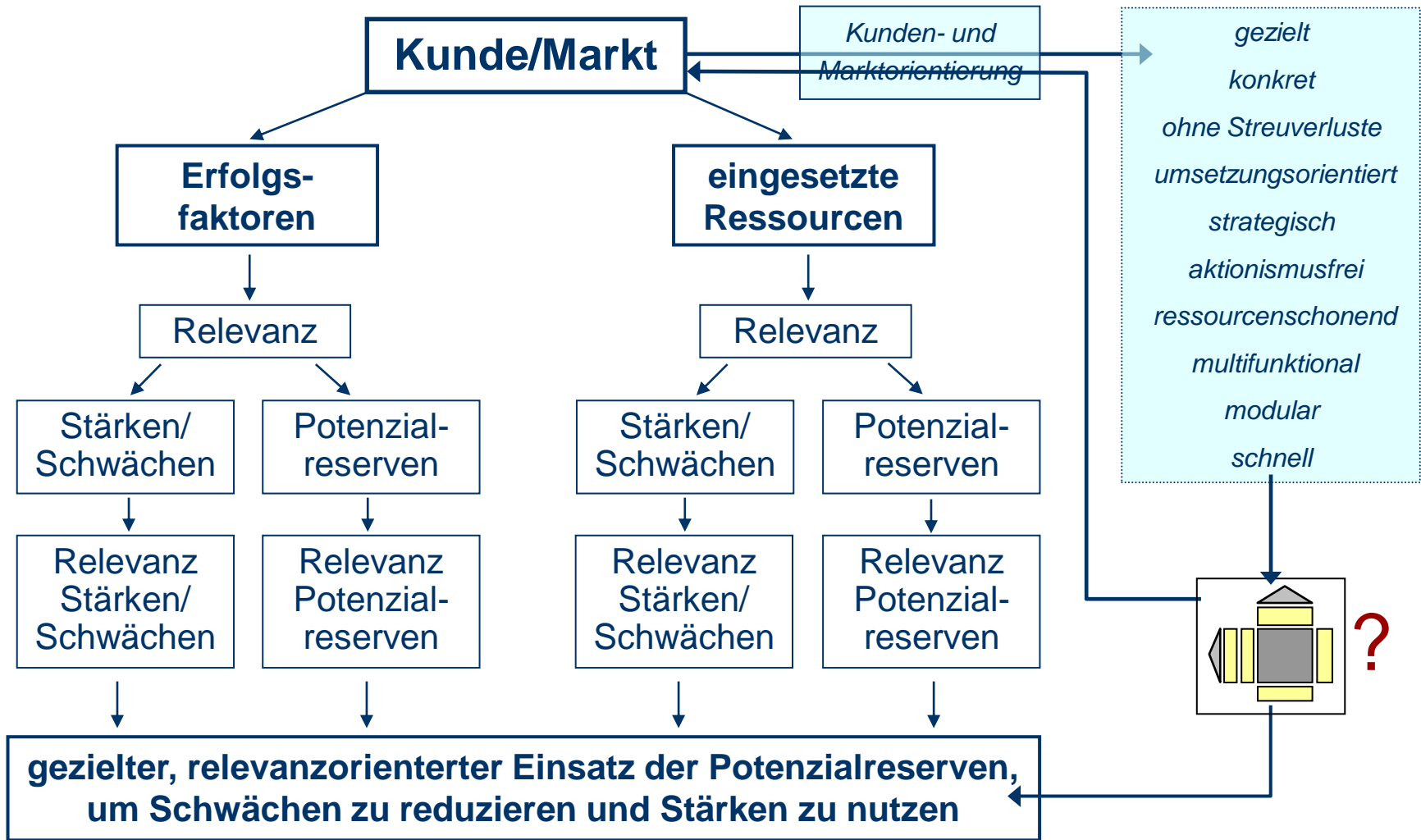
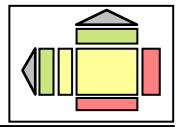
SRD-Maßnahmensilo

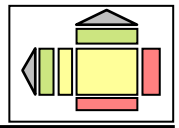


... ca. 90 SRD-Projekte
 mit ca. 4,5 Mio Daten



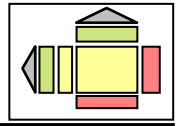
... ca. 700 Maßnahmen für
 Geschäftsvitalisierung und Akquisition





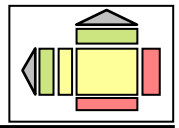
- Hossenfelder, J.; Schwarz, K; Schneider, D. (2008):** Benchmarking von Facility-Management-Unternehmen im Healthcare-Markt 2008 – Eine empirische Studie auf Basis des Success Resource Deployment; Lünendonk-Studie, Kaufbeuren.
- KUBE-Autorenkollektiv (2000):** SRD schlägt QFD: Unternehmensentwicklung mit Success Resource Deployment, in: Zeitschrift für Unternehmensentwicklung und Industrial Engineering, S. 21 - 27.
- Lehmann, D.; Schneider, D. (1999):** Airlines auf dem Weg zur Kundenorientierung – Vom konvergenten Passagiertransportgeschäft zum differenzierten Mobilitätssystem, in: Internationales Verkehrswesen, S. 528 - 529.
- Lünendonk GmbH (2009):** Benchmarking von Personaldienstleistungs- und Zeitarbeitsunternehmen – Eine empirische Studie mit Success Resource Deployment; Kaufbeuren.
- Pachner, P.; Schneider, D.; Werdich, F. (2001):** Success Resource Deployment (SRD) im Personal- und Bildungsmanagement – Ergebnisse einer empirischen Studie, in: Power Tools, hrsg. V. D. Schneider u. P. Pflaumer, Wiesbaden, S. 49 - 57.
- Pfohl, H.-C.; Elbert, R.; Hofmann, E. (2001):** Strategische Bedeutung von Geschäftsprozessen – Erfahrungsbericht zur Success-Resource-Deployment-Methode im Rahmen einer Praxisstudie, in: Zeitschrift für Unternehmensentwicklung und Industrial Engineering, S. 196 - 200.
- Schneider, D. (1997):** Success Resource Deployment (SRD) – vom Quality Function Deployment zu einem multifunktionalen Ansatz für Unternehmensplanung, -entwicklung und beratung, in: Fortschrittliche Betriebsführung und Industrial Engineering, S. 65 - 70.
- Schneider, D. (2001):** Success Resource Deployment – Erfolgreiche Produkte und Geschäfte jenseits von Quality Function Deployment, in: Io management, 5, S. 18 - 27.
- Schneider, D.; Ahne P. (2008):** Produkte und B2B-Beziehungen erfolgreich gestalten – Conjoint Measurement und Success Resource Deployment bei Kontron, in: Industrial Engineering, 3, S. 36 - 41; Veröffentlichung zum Projekt Embedded Systems (Advantech, GE Fanuc, Kontron, Motorola, Siemens Business Services).
- Schneider, D.; Amann, M. (2005):** Benchmarking von Beratungsgesellschaften mit Success Resource Deployment – KUBE-Projekt SRD-Bench-Consult, unveröffentl. Projektbericht, Kempten.
- Schneider, D.; Amann, M. (2005):** Unternehmensberatungen im SRD-Benchmarking, in: REFA-Nachrichten, 4, S. 27 - 31.
- Schneider, D.; Amann, M. (2005):** Benchmarking von Beratungsgesellschaften mit Success Resource Deployment – Ein empirischer Vergleich von Accenture über BCG bis McKinsey aus Kundensicht, KUBE-Schriftenreihe, Norderstedt.
- Schneider, D.; Amann, M. (2005):** Benchmarking von Beratungsgesellschaften mit Success Resource Deployment (SRD), in: Unternehmensberater, 6, S. 31 - 36.
- Schneider, D.; Amann, M. (2006):** Benchmarking von Beratungsgesellschaften mit Success Resource Deployment (SRD) – Empirische Ergebnisse für einzelne Wettbewerber, in: Zeitschrift der Unternehmensberatung, 1, S. 9 - 15.
- Schneider, D.; Steiger, M. (2007):** KUBE-Studie SRD-Bench-Uhren-Exklusiv – Hersteller exklusiver Uhren im SRD-Benchmarking (Glashütte, Lange & Söhne, Jaeger le Coultre, Rolex, Zenith, Patek Philippe, Audemars Piguet), Kempten u. Dietramszell 2007.
- Schneider, D. (2014):** Management-Tools für postmoderne Zeiten – Success Resource Deployment für Zeitarbeits- und Personaldienstleistungsunternehmen, in Handbuch Zeitarbeit und Personaldienstleistungen, hrsg. v. H. Lüerßen u. T. Lünendonk, Freiburg u. München, S. 57-67.

Vergleiche ferner zum SRD sowie zu zahlreichen Studien/Projekten mit SRD in verschiedenen Branchen mit umfangreichen empirischen Daten folgende Internetseite: www.schneider-dietram.de (dort jeweils unter „Download“, „Projekte“ und/oder „Publikationen“)

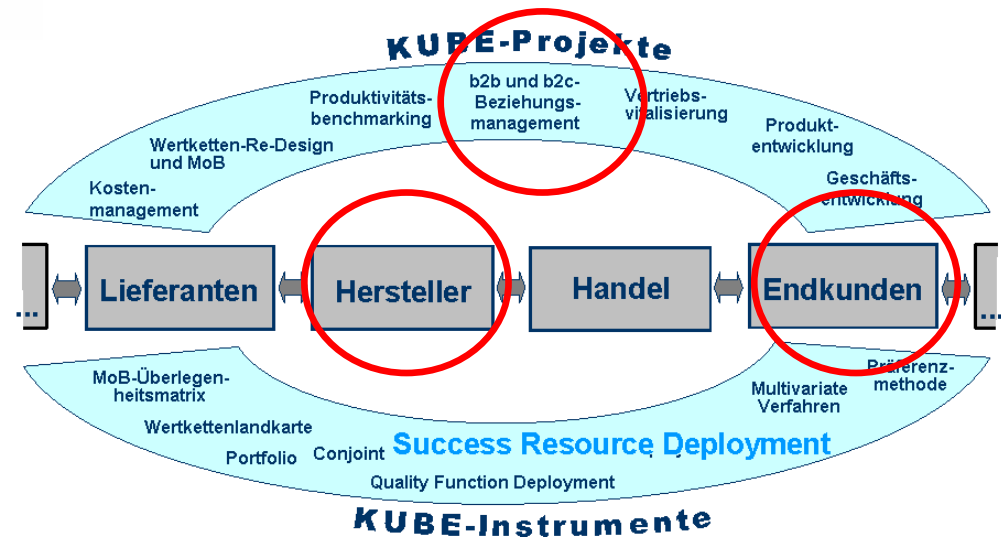


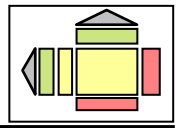
Diese Präsentation
und viele weitere **Studien/Publicationen**
finden Sie zum **Download** unter

➤ www.schneider-dietram.de

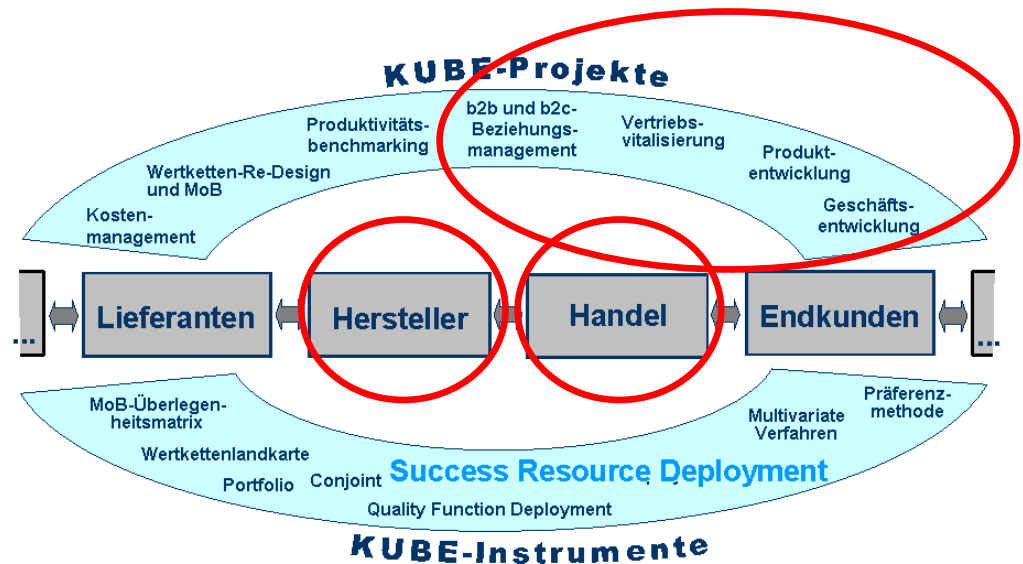


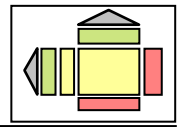
British Airways,
LOT,
Lufthansa,
Deutsche BA,
Ryanair,
LTU,
Hapag Lloyd



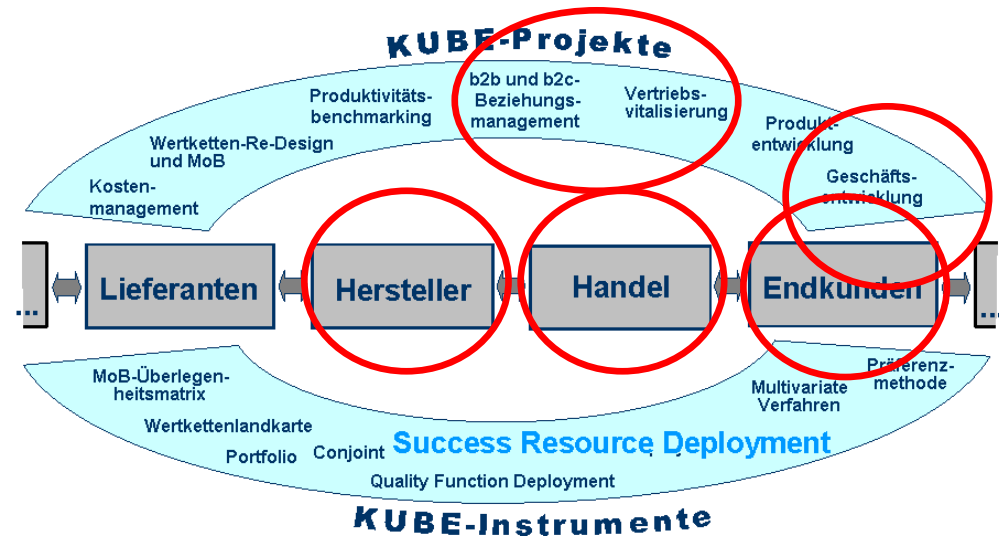


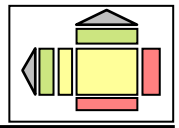
Adidas
Asics
New Balance
Nike,
Reebok,
Puma



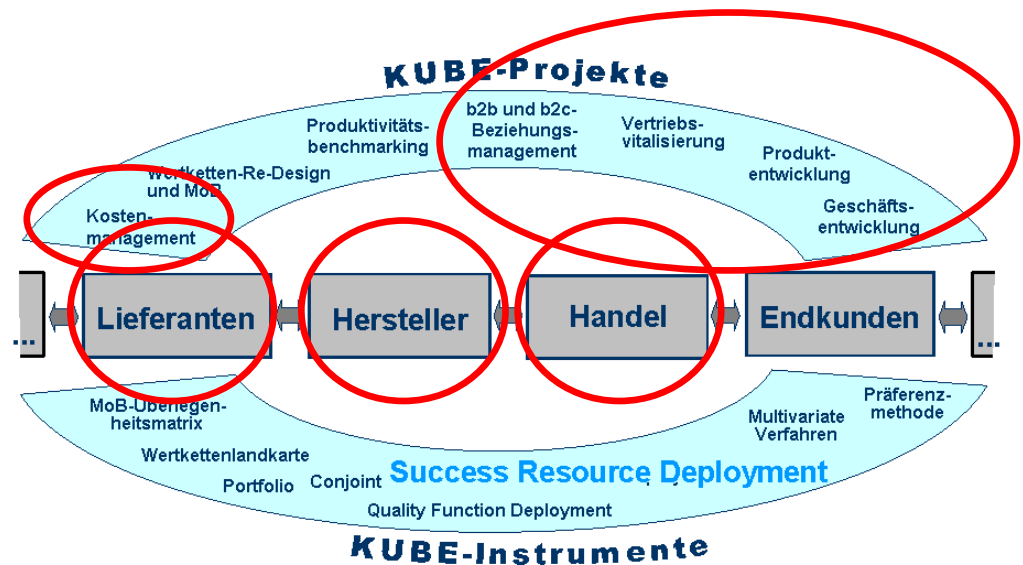


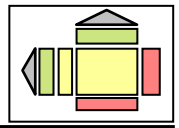
Maserati,
Ferrari,
BMW,
Mercedes,
Audi,
VW,
Skoda,
Seat



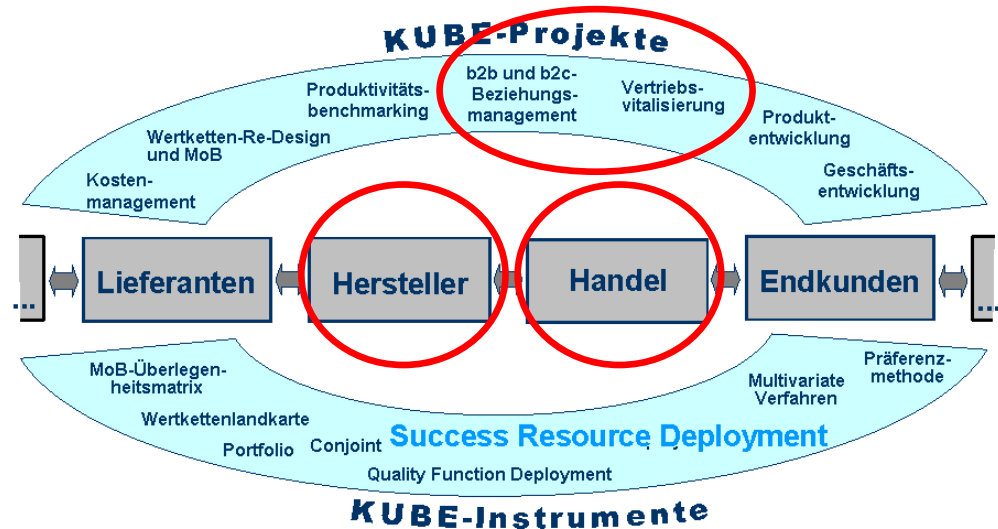


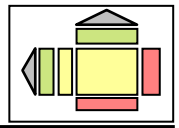
Azupharma,
Biochemie,
Hermes,
Hexal,
Merckdura,
Ratiopharm,
Stada,
TEVA



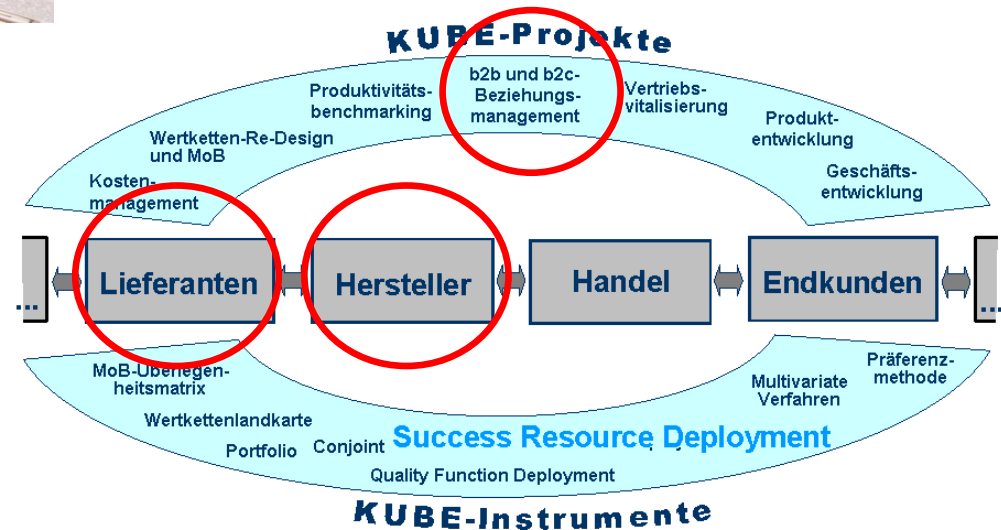


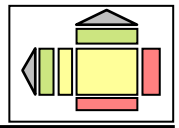
**Glashütte,
Lange&Söhne,
Jaeger le Coultre,
Rolex,
Zenith,
Patek Philippe,
Audemars Piguet**





**Accenture,
Boston Consulting,
McKinsey,
Mummert,
Roland Berger,
IBM**





**Randstad,
Manpower,
Persona,
DIS,
Plümer,
Adecco,
usw. ...**

