

WHITEPAPER



7 ERFOLGSFAKTOREN KOSTENEFFIZIENTER UNTERNEHMENSKULTUREN

SO MACHEN TOP-PERFORMER DAS
BETRIEBSERGEBNIS ZUR TEAMAUFGABE

DIE AUSGANGSLAGE

Die größte Schwierigkeit beim Thema Kosteneffizienz besteht darin, Mitarbeiter zu motivieren, Ideen beizutragen und Maßnahmen konsequent umzusetzen.

Wir erläutern Ihnen 7 Erfolgsfaktoren, die zum richtigen Mindset Ihres Team beitragen.

Der deutsche Mittelstand steht vor zahlreichen Herausforderungen. Eine Krise folgt der anderen, die digitale Infrastruktur muss weiter optimiert, CO2 eingespart werden. Auf lange Sicht werden in diesen unsicheren Zeiten nur Unternehmen Bestand haben, die über eine hohe Resilienz verfügen. Dazu sind ausgereifte Strukturen notwendig sowie ein stabiler Savingsprozess, der kontinuierlich Ergebnisse liefert.

WARUM DIE TEAMMOTIVATION ENTSCHEIDEND IST

Einen solchen Savingsprozess im Unternehmen zu verankern, bedeutet vor allem, eine kostensensible Unternehmenskultur zu schaffen. Das Mindset der Mitarbeiter muss von einem starken Willen zur Effizienzsteigerung geprägt sein. Savings als permanenten Prozess aufrechtzuerhalten, geht nur mit, niemals gegen das Team.

Managern muss allerdings klar sein, dass die Motivation von Mitarbeitern immer aus persönlichen Zielen resultiert und nicht aus den Zielen des Unternehmens. Es ist daher entscheidend, die beiden Kategorien von Zielen aufeinander abzustimmen: Wie müssen die stellenspezifischen Ziele der Mitarbeiter gestaltet sein, um möglichst große Überschneidung mit ihren persönlichen Zielen zu haben?

Anders ausgedrückt: Wann ist das, was der Mitarbeiter tun soll, auch das, was er tun will? Monetäre Anreize sind bei Weitem nicht der einzige Hebel, den Manager haben, und oft sogar der kürzere. Aber wie sonst schafft man eine hohe Motivation im Team?

EINE MOTIVIERTE BELEGSCHAFT HAT VIELE WEITERE VORTEILE:

- Motivierte Mitarbeiter suchen nach Wegen, Routineaufgaben besser zu erledigen (das heißt: schneller oder fehlerfreier), und legen bei neuen Herausforderungen ein hohes Maß an Kreativität an den Tag.
- Ihnen liegt die Kundenzufriedenheit am Herzen.
- Sie sind eher bereit, ihr Wissen unternehmensweit zu teilen.
- Sie geraten seltener in Konflikte.
- Sie sind seltener krank.
- Sie sind stolz auf ihre Arbeit und binden sich ans Unternehmen, wodurch Kosten für Neueinstellungen vermieden werden.
- Sie tragen – zum Beispiel auf Plattformen wie [kununu](#) – zu einem positiven Unternehmensimage bei, was bei der Kunden- und Talentakquisition ein entscheidender Vorteil sein kann.

7 ERFOLGSFAKTOREN FÜR SAVINGS IM TEAM

Die Mitarbeitermotivation wird von vielen Faktoren beeinflusst, auf die Sie als Manager Einfluss haben. Die folgenden Aspekte sind unserer Erfahrung nach besonders wichtig, wenn es um die Motivation im Team geht und darum, gemeinsam gewichtige Einsparerfolge zu erzielen.

1. Der richtige Start
2. Benutzerfreundliches Tool
3. Einfache Kollaboration mit Kollegen
4. Smarte Ziele
5. Management-Priorität
6. Performance Management & Incentives
7. Regelmäßige Impulse

ARE YOU
READY?

1. DER RICHTIGE START

Kommunikation ist das A und O, diesen klischeehaften Satz hört und liest man häufig. Unterschätzen Sie dennoch nicht, wie wichtig es ist, Mitarbeiter bei großen Veränderungen früh einzubinden und umfassend zu informieren. Folgendes sollten Sie bei der Einführung oder Revitalisierung von Savingsprozessen klären:

1.1 DAS WARUM

Prinzipiell gibt es, je nach Ausgangslage, zwei große Gründe, als Mitarbeiter einen Beitrag zu Einsparmaßnahmen zu leisten: Sicherheit oder Stolz.

Wenn eine Krise der Grund ist, dass mehr gespart werden muss, besteht im Allgemeinen bereits eine höhere Akzeptanz der Belegschaft – vorausgesetzt, Sie kommunizieren den Ernst der Lage empathisch, aber ehrlich. Kommunikation während einer Krise ist eine besondere Herausforderung, doch wenn sie gelingt und Mitarbeiter sowohl die Risiken kennen als auch realistische Chancen sehen, den eigenen Arbeitsplatz zu bewahren, lassen sich Einsparmaßnahmen ohne Widerstand durchsetzen. Zu groß ist der Wunsch nach Sicherheit des Arbeitsplatzes, als dass man nicht einige Veränderungen in Kauf nehmen würde, wenn sie das Überleben des Unternehmens sichern könnten.

Der Grund für Einsparungen muss jedoch keine Krise sein. Auch das Bestreben, besser zu werden, durch Produkt- und Servicequalität, durch Zeit- und schließlich auch durch Kosteneffizienz die Wettbewerbsfähigkeit kontinuierlich zu steigern und die Marktposition auf diese Weise zu sichern, ist ein für alle Stakeholder nachvollziehbares Motiv.

Um die Motivation bei stabilem Geschäft anzufachen, empfehlen wir, die Stärken des Unternehmens herauszustellen: Ein Gefühl von Stolz im Hinblick auf das Unternehmen ist ein wichtiger Motivationsfaktor. Wenn bei Ihrem Team der Eindruck entsteht, in bestimmten Bereichen exzellente Arbeit zu leisten und beeindruckende Erfolge zu erzielen, entsteht der Anreiz, diesen Status zu verteidigen oder auszubauen – zum Beispiel auch durch Einsparungen, die in Wachstum und Innovation re-investiert werden können.

Beachten Sie in diesem Zusammenhang das Risiko von Missverständnissen: Ein Fokus auf mehr Produktivitätssteigerung könnte Angst vor Mehrarbeit schüren, als Kritik an der bisherigen Arbeitsweise aufgefasst werden oder den Eindruck von Gier erwecken. Stellen Sie daher sicher, dass Ihre Botschaft richtig interpretiert wird. Der Tenor könnte im Hinblick auf die genannten Punkte sein, dass Sie ...

- vor allem redundante Arbeit vermeiden wollen (Mehrarbeit),
- nicht "besser", sondern "noch besser" werden wollen (Arbeitsweise) und
- kontinuierliche Einsparungen nicht primär als Gewinnmaximierung, sondern als Resilienzgewinn betrachten (Motiv).

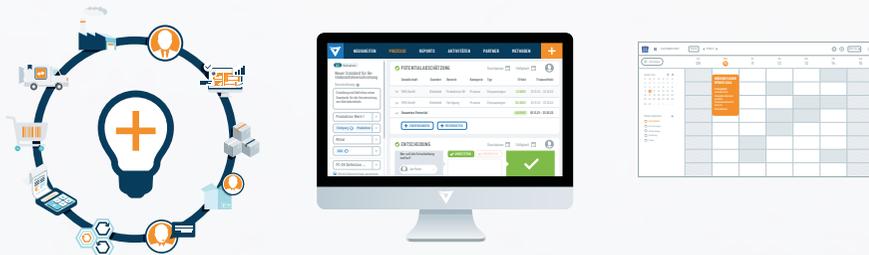


1.2 DAS WIE

Ihre Mitarbeiter wissen nun, warum gespart werden muss. Aber unter welchen Rahmenbedingungen sollen die Ziele erreicht werden?

HIER STELLEN SICH FRAGEN WIE:

- Welche Abteilungen sind direkt involviert?
- Mit welchem Tool werden die Maßnahmen getrackt?
- Wie oft und in welcher Form finden Meetings dazu statt?



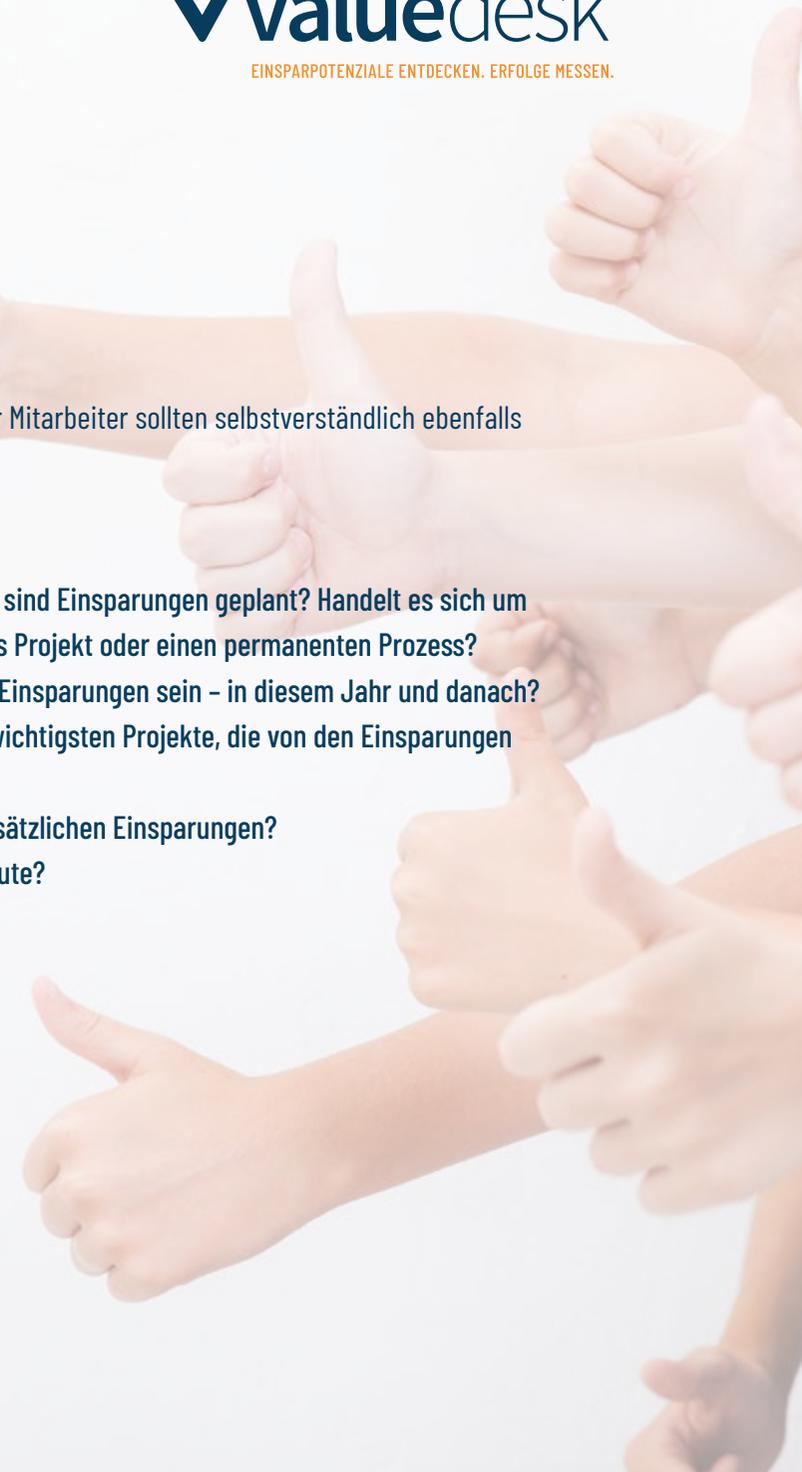
Auf diese Fragen sollten Sie zu dem Zeitpunkt, an dem Sie den Savingsprozess einführen, detaillierte Antworten parat haben. Manager, die nur einen halbgen Plan vorweisen können, verlieren leicht das Vertrauen des Teams. Wenn hingegen der Eindruck einer durchdachten Strategie entsteht – detailliert, realistisch, praxisnah –, holen Sie Ihre Mitarbeiter an Bord.

1.3 WEITERE FRAGEN

Alle weiteren Fragen Ihrer Mitarbeiter sollten selbstverständlich ebenfalls beantwortet werden,

BEISPIELSWEISE:

- Für welchen Zeitraum sind Einsparungen geplant? Handelt es sich um ein zeitlich begrenztes Projekt oder einen permanenten Prozess?
- Wie hoch müssen die Einsparungen sein – in diesem Jahr und danach?
- Was sind derzeit die wichtigsten Projekte, die von den Einsparungen profitieren sollen?
- Was geschieht mit zusätzlichen Einsparungen?
- Wem kommen sie zugute?



2. BENUTZERFREUNDLICHES TOOL

Wenn die Benutzung des Tools bereits die erste Herausforderung darstellt, wird die Mitarbeitermotivation im Keim erstickt.

Es ist kein Zufall, dass Unternehmen Spezialisten im Bereich UI (User Interface) und UX (User Experience) einstellen und sich zahlreiche Blogs mit Themen rund um ein benutzerfreundliches und engagementförderndes Software-Design beschäftigen (Stichwort: [Gamification](#)).

2.1 KOSTEN SCHLECHTER TOOLS

Ein schlechtes Interface und eine schlechte Nutzererfahrung führen [laut Senior User Experience Architect Jim Ross](#) zu:

- **verminderter Produktivität,**
- **mehr Fehlern,**
- **höheren Supportkosten,**
- **höheren Trainingskosten**
- **verminderter Zufriedenheit mit dem Job und erhöhter Personalfuktuation.**

Die Benutzerfreundlichkeit einer neuen Softwarelösung sollte daher eingehend geprüft werden. Dabei genügt nicht der Blick eines – wenn auch erfahrenen und empathischen – Entscheiders: Diejenigen, die die Software nutzen sollen, müssen selbst die Evaluation vornehmen.

Hierbei sind die individuellen Vorkenntnisse und die technologische Lernfähigkeit zu berücksichtigen. Ein Tool, das von jedermann genutzt werden soll, darf nicht nur von Ihren Digitalexperten und -pionieren beurteilt werden. Auch die Skeptiker unter Ihren Mitarbeitern müssen den Eindruck gewinnen, die Bedienung innerhalb einer überschaubaren Trainingsphase erlernen zu können.

2.2 PROBLEME MIT EXCEL

Die Go-to-Lösung für viele Unternehmen, wenn es um das Sammeln von Ideen, das Management von Einsparmaßnahmen und die Auswertung der Fortschritte und Erfolge geht, ist Excel. Eine Kalkulationstabelle zu verwenden, mag bei einer geringen Anzahl und Komplexität von Maßnahmen ausreichend sein. Unternehmen mit größeren Savings-Ambitionen bringen dieses altbewährte Tool allerdings schnell an seine Grenzen. Dann ...

- **wird die Tabelle für die produktive Arbeit zu unübersichtlich,**
- **schleichen sich Fehler in Formeln ein,**
- **werden Daten auf mehrere Quellen verstreut,**
- **ist nicht sicherzustellen, dass alle Daten immer aktuell sind.**

Davon abgesehen, lässt sich in Excel nur rudimentär die Kommunikation dokumentieren, die in Bezug auf eine Maßnahme stattgefunden hat. Relevante Dateien müssen an anderer Stelle hochgeladen und verlinkt werden.

Grundsätzlich gilt: Der Rückgriff auf Excel beim Management von Projekten – oder eben Einsparmaßnahmen – ist keine Lösung, sondern nur ein Kompromiss. Wer die Einführung besser geeigneter Tools aus Kosten-, Zeit- oder Motivationsgründen scheut, wird früher oder später andere Herausforderungen zu bewältigen haben.



2.3 PROBLEME MIT GENERISCHEN PROJEKTMANAGEMENT-TOOLS

Viele Unternehmen, die bereits ein generisches Projektmanagement-Tool wie Jira im Einsatz haben, bilden Savingsprozesse zunächst darin ab. Dadurch, dass solche Tools viele verschiedene Arten von Projekten unterstützen – eben generisch sind, nicht spezialisiert –, sind sie für den einzelnen Projekttypus zwangsläufig überdimensioniert. Nutzer, die Einsparmaßnahmen in einem solchen Tool tracken wollen, haben damit zu kämpfen, dass ...

- viele unnötige Funktionen und Informationen vom Wesentlichen ablenken,
- bestimmte eigentlich nützliche Funktionen und Informationen hingegen nicht oder nur mittels Plugins oder Workarounds zur Verfügung stehen,
- die verwendeten Begriffe generisch sind und nicht die Kommunikation reflektieren, die bei Einsparmaßnahmen für gewöhnlich stattfindet und Sachverhalte auf den Punkt bringt.
- Nutzer viele Schulungen und viel Praxis benötigen, um produktiv auf der Plattform zu arbeiten, insbesondere dann, wenn es sich nicht um Mitarbeiter aus der IT, der Softwareentwicklung oder ähnlichen Abteilungen handelt,
- oft ein hoher administrativer Aufwand erforderlich ist, um des Behemoths Herr zu werden.



3. EINFACHE KOLLABORATION MIT KOLLEGEN

Know-how ist im Unternehmen verteilt. Deshalb ist es entscheidend, dass die richtigen Mitarbeiter auf einfachem Wege kommunizieren und zusammenarbeiten können.

3.1 SINGLE POINT OF TRUTH

Eine gemeinsame Plattform, auf der nicht nur Ideen gesammelt werden, sondern auch die Umsetzung dokumentiert und Auswertungen durchgeführt werden können, vereinfacht die Kommunikation und Kollaboration deutlich. Mit diesem "[Single Point of Truth](#)" – einer zentralen und stets validen Datenquelle – haben Sie mehrere entscheidende Vorteile, unter anderem:

- eine gemeinsame Grundlage für die Kommunikation, z. B. hinsichtlich Verantwortlichkeiten, Aufgaben und Kennzahlen,
- immer garantiert valide, ad hoc und je nach Plattform auch mobil verfügbare Daten,
- dadurch für gewöhnlich eine spürbare Vereinfachung bei der Erstellung aussagekräftiger Dashboards,
- keine doppelte Pflege der gleichen Daten in separaten Quellen, minimalen Schulungsaufwand durch die Konzentration auf ein einziges System.

3.2 SPAREN DURCH STRUKTUREN

In Kostenbegriffen gesprochen, sorgt bereits die Etablierung eines Single Point of Truth für eine Reihe positiver Finanzeffekte, bevor Sie überhaupt Ihre erste Einsparmaßnahme in diesem System umgesetzt haben:

- Valide Daten sparen Zeit und damit Geld bei der Berechnung, Beschaffung und Aufbereitung von Daten durch Ihre Mitarbeiter – und zwar etwa einen Tag pro Monat.
- Valide Daten vermeiden Kosten aufgrund von Fehlentscheidungen, die auf schlechter Datengrundlage getroffen werden.
- Ein zentrales System vermeidet Kosten in der IT, die sonst für die Instandhaltung mehrerer Systeme mit den jeweiligen Schnittstellen sowie Aktualisierungen oder Fehlerbereinigungen bei Datenübertragungen und -migrationen anfallen würden.
- Grundsätzlich ist aufgrund der erhöhten Transparenz der individuellen Performance mit einer Steigerung der Produktivität von Mitarbeitern zu rechnen, die im System arbeiten.

4. SMARTE ZIELE

Entscheidend für die Motivation ist die richtige Zielsetzung.

Wie sollten Mitarbeiterziele gestaltet sein, um die Performance zu maximieren?

4.1 ZIELE GESTALTEN

Ehrgeizig oder mühelos erreichbar? Die Wahrheit liegt in der Mitte. Für eine hohe Mitarbeitermotivation setzen Sie weder zu niedrige noch zu hohe Ziele. Halten Sie sich an das Akronym "s.m.a.r.t."

DIESES STEHT FÜR:

- **specific:** Die Ziele sollen konkret und detailliert sein, sodass keine Unklarheiten bestehen und die Aufgaben sofort in Angriff genommen werden können.
- **measurable:** Die Ziele sollen messbar sein, Fortschritte idealerweise in Prozent, um die Wahrscheinlichkeit, dass sie rechtzeitig erreicht werden, abschätzen zu können.
- **achievable:** Die Ziele sollen tatsächlich erreichbar sein, denn nur realistische Ziele führen zu höchster Motivation.
- **relevant:** Die Ziele sollen der aktuellen Situation angemessen sein, gleichzeitig aber auch der strategischen Ausrichtung des Unternehmens entsprechen.
- **time-bound:** Beginn und Ende des Betrachtungszeitraums sollen klar definiert sein.

ZUSÄTZLICH ZU DIESEN KRITERIEN SCHLAGEN WIR ZWEI WEITERE VOR:

- **Erstens** sollten Ziele transparent sein, also nicht nur dem Mitarbeiter selbst, sondern abteilungs- oder sogar unternehmensweit bekannt. Auf diese Weise gestaltet sich die Zusammenarbeit mit Kollegen effektiver, da Gründe und Dringlichkeit von Anfragen besser nachvollzogen werden können. Darüber hinaus eröffnet diese Transparenz die Möglichkeit, unter Kollegen Impulse zu geben oder zu erhalten, die das Erreichen von Zielen erleichtern.
- **Zweitens** ist es ratsam, Fortschritte nicht nur zu messen, sondern auch regelmäßig zu besprechen. Bei Verzögerungen können Hindernisse beseitigt, bei unerwartet schnellen Abschlüssen Learnings mit Kollegen geteilt werden. Gegebenenfalls besteht die Möglichkeit, die Produktivität durch neue Ziele zu erhöhen, sofern diese – das ist wichtig! – angemessen inzentiviert werden und nicht die Wahrnehmung entsteht, für besondere Leistung mit Mehrarbeit bestraft zu werden.

4.2 ZUVERSICHT KOMMUNIZIEREN

Kennen Sie den Pygmalion-Effekt? Ambitionierte Ziele in Kombination mit Ihrer zum Ausdruck gebrachten Zuversicht, dass der Mitarbeiter diese erreichen wird, können eine erstaunliche Wirkung haben. Menschen wollen dem positiven Bild, das andere von ihnen haben, unbedingt gerecht werden, und sind dafür zu Höchstleistungen bereit. Dieses Phänomen wird als Pygmalion-Effekt bezeichnet.

Auch hier gilt selbstverständlich, dass man es nicht übertreiben sollte: Der Effekt kann soll Motivation, nicht zur Manipulation genutzt werden. Die Zuversicht, die Sie hinsichtlich der Zielerreichung äußern, muss Ihrer ehrlichen Einschätzung entsprechen.



5. MANAGEMENT-PRIORITÄT

Auch wenn die eigentliche Umsetzung von Einsparmaßnahmen den Mitarbeitern obliegt, müssen Führungskräfte regelmäßig die Wichtigkeit einer konsequenten Umsetzung betonen und danach handeln. Wenn Mitarbeiter den Eindruck gewinnen, dass sich das Management nicht für die Fortschritte und Erfolge interessiert, verliert das Thema Savings schnell an Bedeutung.

5.1 NEBENPROJEKTE BERÜCKSICHTIGEN

Insbesondere sollten Sie darauf achten, dass nicht zu viele andere Projekte gleichzeitig stattfinden. Zum einen bindet das Ressourcen, die für das Erreichen Ihrer Einsparziele unabdingbar sind. Die Motivation der Mitarbeiter schwindet, wenn die Gesamt-Arbeitslast nicht mehr zu bewältigen ist.

5.1 RESSOURCENVERTEILUNG IM BLICK BEHALTEN

Jedes Projekt, das neu begonnen wird, erhält zum anderen schon allein aufgrund seiner Aktualität eine (teilweise unangemessen) hohe Aufmerksamkeit, während die Einsparmaßnahmen als "alter Hut" tendenziell vernachlässigt werden – selbst wenn der Impact von Savings-Erfolgen bedeutend höher wäre und Ressourcen hier effektiver eingesetzt werden könnten. Wirken Sie diesem natürlichen Abklingen des Engagements durch regelmäßige Reminder und Impulse entgegen.

6. PERFORMANCE MANAGEMENT & INCENTIVES

Die Messung von Mitarbeiterperformance ist in Unternehmen jeder Größe von entscheidender Bedeutung. Zum einen sollten Sie wissen, welche Leistungen aktuell zu erwarten sind, zum anderen testen, mit welchen Maßnahmen die Leistungen gesteigert werden könnten. Stichwort: Incentives, also Anreize.



6.1 INDIVIDUELLE UND UNIVERSELLE MOTIVATOREN

Verschiedene Incentives haben von Mensch zu Mensch eine unterschiedlich starke Motivationswirkung. Grundsätzlich lässt sich jedoch sagen, dass Ambitionen des Managements, die Motivation von Mitarbeitern zu steigern, ohne eine gute Work-Life-Balance als Grundlage ineffektiv sind. Eine Begründung hierfür ist die Maslow-Pyramide, die menschliche Bedürfnisse in einer hierarchischen Ordnung abbildet: Grundbedürfnisse müssen erfüllt sein, bevor eine hinreichende Motivation entsteht, weitere Bedürfnisse – wie etwa eine Selbstverwirklichung durch die Arbeit – zu erfüllen. ([American Journal of Management Science and Engineering](#))

6.2 DIE MISCHUNG MACHT'S

Die (aus Management-Sicht) gute Nachricht ist: Für 70 % der Mitarbeiter sind keine monetären Anreize nötig, um neue Motivation zu entwickeln. 88 % finden bereits Lob von Vorgesetzten "sehr" oder "extrem motivierend". ([Badgeville](#)) Ein gutes Performance-Management beinhaltet sowohl monetären als auch nicht-monetäre Incentives, um das Potenzial jedes einzelnen Mitarbeiters mit seinem individuellen Motivationsprofil voll auszuschöpfen.

Mehr zum Thema Performance Management lesen Sie in unserem [Blogartikel](#).

7. REGELMÄSSIGE IMPULSE

“Motivating employees is a lot like bathing.

The results are not permanent, but it’s something you should be doing on a regular basis.”

Neurowissenschaftler Richard Henson (hier zitiert)

7.1 DER DRANG, GUTES ZU TUN

Motivation ist auch trotz Performance Management und Incentives eine erschöpfbare Ressource. Die genannten Anreize dienen der extrinsischen Motivation – was Sie indes erreichen wollen, ist intrinsische, eine vom Mitarbeiter selbst entwickelte Motivation. Diese kann nur auf emotionaler Ebene zustandekommen. Die Kunst besteht darin, mit Authentizität und, falls vorhanden, im Einklang mit dem Corporate Purpose des Unternehmens Wege zu finden, Einsparmaßnahmen dauerhaft mit höchster Konsequenz umzusetzen und dabei ein “gutes Gefühl” zu erzeugen: Der Mitarbeiter will nicht (nur) für den Erfolg des Unternehmens sparen, sondern mit seinen Bemühungen auch jenseits von Umsatz und Arbeitsplatzsicherheit einen Unterschied machen.

7.2 SAVINGS PLUS NACHHALTIGKEIT

Eine Idee, die wir unseren Kunden gerne nahelegen, ist die Kombination von Einsparungen mit (ökologischer) Nachhaltigkeit. Vielen Mitarbeitern liegen sowohl ihr Arbeitsplatz [als auch der Klimaschutz sehr am Herzen](#). Wenn Sie also ankündigen, jeden zweiten gesparten Euro in Projekte zu investieren, durch die das Unternehmen klimafreundlicher wird – etwa durch eine effizientere Nutzung von Rohstoffen oder die Reduktion des CO₂-Ausstoßes –, kann das ein starker Motivationsfaktor sein.

Besonders wirkungsvoll ist ein solches Vorhaben, wenn die Einsparungen oder die Re-Investitionen in Zusammenhang mit Ihrem [Corporate Purpose](#) stehen. Das steigert die Glaubwürdigkeit Ihres Engagements, motiviert Ihre Mitarbeiter zusätzlich und macht zudem auf potenzielle Kunden und Bewerber einen guten Eindruck.

7.3 MOTIVATIONS-BAROMETER

Ein weiterer Tipp für anhaltende Mitarbeitermotivation: Führen Sie regelmäßige Umfragen durch, um die Stimmung im Team zu erfassen. So können Sie aktuelle Maßnahmen evaluieren und gegebenenfalls weitere planen. Nutzen Sie diese Gelegenheit, um Mitarbeiterstimmen dazu zu hören, welche Veränderungen und welche Anreize sinnvoll wären. Die Entscheidung liegt letztendlich bei Ihnen, ein Überblick über die Vorstellungen der Begünstigten bietet jedoch eine wertvolle Orientierung. Je nach Art der Fragen, die Sie zu stellen wünschen, und der aktuellen Stimmung im Unternehmen kann es von Vorteil sein, einen externen Dienstleister mit der Befragung zu beauftragen und die Auswertung zu anonymisieren, um möglichst viele und möglichst ehrliche Antworten zu erhalten.

Alternativ oder zusätzlich können Sie Ihre Mitarbeiter face-to-face befragen – zum Beispiel im regelmäßigen Feedbackgespräch. Zwar erhalten Sie hier tendenziell weniger kritische (und damit weniger wertvolle) Antworten, haben jedoch die Möglichkeit, direkt nachzuhaken und wichtige Details zu erfahren.

DIE LÖSUNG FÜR HÖCHSTES ENGAGEMENT

Wir etablieren den Prozess nicht nur, sondern revitalisieren ihn regelmäßig basierend auf Erfahrungswerten und Benchmarks.

Dabei zählt für uns vor allem das Engagement des Teams, das wir in aussagekräftigen KPIs messen.

Im Detail bieten wir Ihnen das Folgende:

EIN SCHNELLES UND EFFEKTIVES ONBOARDING

Bereits zu Beginn beziehen wir Ihr Team im Rahmen von Interviews und Workshops mit ein und sorgen für eine schnelle und praxisnahe Einführung unserer Software, des Value Management Systems (VMS). Eine illustrierte Anleitung dient als Nachschlagewerk, sollten doch noch einmal Fragen zu den grundlegenden Funktionen aufkommen.

MAXIMALE BENUTZERFREUNDLICHKEIT

Bei der Entwicklung des VMS haben das User Interface (UI) und die User Experience (UX) höchste Priorität. Wir wollen, dass die Plattform unternehmensweit genutzt wird, von Mitarbeitern aus verschiedensten Abteilungen und mit unterschiedlichem fachlichem und technischem Know-how. Bereits nach einer 90-minütigen Schulung können Ihre Mitarbeiter das VMS effektiv zum Erfassen von Ideen, zum Management von Einsparmaßnahmen und zur Auswertung der relevanten Kennzahlen nutzen.

BEQUEME KOLLABORATION

Die Zusammenarbeit mit Kollegen aus anderen Abteilungen oder sogar an anderen Standorten gestaltet sich durch eine Reihe bewährter Features extrem einfach:

- **Aktivitätenfeed:** Hier werden, ähnlich wie in den sozialen Medien, die neuesten Aktivitäten in chronologischer Reihenfolge aufgeführt und können kommentiert werden.
- **Kachel- und Detailansichten:** Maßnahmen werden entlang der Umsetzungsphasen als Kacheln angeordnet, was Ihnen einen schnellen Überblick verschafft. In jeder Kachel finden Sie die jeweiligen Informationen, Anmerkungen und Dateien gebündelt.
- **Mail to Measure (M2M):** Externe Partner, z. B. Lieferanten, können nicht nur ins System eingebunden werden, sondern ihre Ideen auch ganz simpel via E-Mail an eine bestimmte Systemadresse einbringen.

KLARE ZIELE UND TO-DOS

Jeder Ihrer Mitarbeiter erhält im System eine Übersicht der Aufgaben, die abgearbeitet werden müssen. Sie als Manager haben alle Informationen zu Maßnahmenpotenzialen und Umsetzungsdauern, zu involvierten Mitarbeitern und Abteilungen, zu Erfolgen und Herausforderungen jederzeit zur Hand. Jegliche Verzögerungen erkennen Sie in der Übersicht auf einen Blick. Auf Grundlage dieser Daten können Sie Meetings abhalten sowie ambitionierte, aber realistische Planungen erstellen.



EIN FESTER PERSÖNLICHER ANSPRECHPARTNER

Von Ihrem Ansprechpartner bei Valuedesk erhalten Sie regelmäßige Analysen, Benchmarks vergleichbarer Unternehmen sowie individuelle Handlungsempfehlungen.

Wir sagen Ihnen, wo Ihre Potenziale liegen,

welche Maßnahmen am besten funktionieren und wie Sie Ihre Ressourcen am effektivsten einsetzen.

Unser ValueCircle bietet darüber hinaus die Möglichkeit, sich im exklusiven Management-Kreis über Savings-Strategien und "Hacks" auszutauschen, Ressourcen zu teilen und die aktuellen Herausforderungen in Kooperation statt Konkurrenz zu bewältigen.



REGELMÄSSIGE IMPULSE

Unser kreatives Customer-Success-Team versorgt Sie nicht nur regelmäßig mit allen notwendigen und nützlichen Informationen zu Ihren Savings-Aktivitäten, sondern überrascht Sie und Ihr Team gelegentlich mit unterhaltsamen und innovativen Ideen, wie Sie noch erfolgreicher sparen können, sowie mit Merchandise-Artikeln oder Gadgets, die dafür sorgen, dass Ihr Team das neue Tool nicht nur akzeptiert, sondern wertschätzt.



USERSCHARFE PERFORMANCE-AUSWERTUNG

Das VMS speichert als zentrale Kollaborationsplattform alle wichtigen Daten über die Nutzung, sodass Sie die Aktivität jeder Abteilung und jedes Mitarbeiters auswerten können. Finden Sie heraus, wer besonderes Engagement an den Tag legt, wenn es um Einsparmaßnahmen geht, und welche Abteilung zusätzliche Anreize benötigt.

Mit diesem detaillierten Wissen belohnen Sie High-Performer angemessen, um die Motivation Ihrer stärksten Wertetreiber hochzuhalten, und suchen Sie das persönliche Gespräch mit – vielleicht anderweitig überlasteten, vielleicht technisch überforderten – Mitarbeitern, die im System nur sporadisch mitwirken.

JAHR FÜR JAHR BESSERE ERGEBNISSE: SAVINGS IM TEAM MIT VALUEDESK



 BENEDIKT.BEHR@VALUEDESK.DE

 +49 521 84 29 0118

Rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns, um einen Termin für ein erstes Kennenlernen zu vereinbaren. Wir sprechen über Ihre Herausforderungen und zeigen Ihnen in einer Live-Demo, wie die **Valuedesk-Lösung** Ihnen und Ihrem Team bei der konsequenten Umsetzung von Einsparmaßnahmen hilft.

Valuedesk ist Ihr Experte für Savingsprozesse. Mit **Software und Services** verhelfen wir namhaften Unternehmen zu höchster Effizienz bei Einsparmaßnahmen und maximalen Savings. **Lassen Sie uns gemeinsam einen abteilungsübergreifenden Savingsprozess etablieren!**

BHTC
COMFORT IN MOTION


BHS

 **DAS SOFA**


Dr. Oetker


KEB


KÖRBER


marantec
drive technology


**PHOENIX
CONTACT**


TECKENTRUP
DOOR SOLUTIONS

ÜBER VALUEDESK

Valuedesk wurde 2017 aus der Praxis des deutschen Mittelstandes geboren, um Einsparungen in Unternehmen effizienter zu gestalten. Wir befähigen Unternehmen, aus eigener Kraft einen standardisierten Savingsprozess zu leben und kontinuierlich hohe Einsparungen zu generieren.

UNSER TEAM HAT VIEL ERREICHT:

- Kunden aus unterschiedlichsten Branchen
- Nutzer in mehr als 35 Ländern
- Mehr als 20.000 Maßnahmen
- Unsere Kunden sparen jährlich bis zu 6,8 % der HKU
- 97 % Kundenzufriedenheit

VALUEDESK GMBH

Gehrenberg 2

33602 Bielefeld

+49 521 448 15 23-0

HELLO@VALUEDESK.DE

WWW.VALUEDESK.DE