

SCHWACHSTELLENANALYSE

für Unternehmen

Erkennen, wo Zeit, Geld und Chancen verloren gehen.

Eine vertrauliche Selbstanalyse für Unternehmerinnen und Unternehmer.

Ihr Vorteil

Sie füllen nichts online aus. Ihre Antworten bleiben bei Ihnen. Die Analyse soll Ihnen helfen, Schwachstellen sichtbar zu machen und selbst zu entscheiden, ob Sie handeln können oder Unterstützung sinnvoll ist.

Burbank CTM Consulting - Training - Marketing

Analyse | Projektentwicklung | Umsetzung



Erst verstehen. Dann Möglichkeiten erkennen. Dann entscheiden. Dann umsetzen.

So nutzen Sie diese Analyse

Diese Unterlage ist keine Prüfung und kein Gutachten. Sie ist ein Werkzeug für eine ehrliche Bestandsaufnahme. Bewerten Sie nicht, wie Ihr Unternehmen sein sollte, sondern wie es heute tatsächlich arbeitet.

Wichtig

Eine niedrige Bewertung ist kein Makel. Gefährlich wird eine Schwachstelle erst dann, wenn sie bekannt ist, aber dauerhaft nicht bearbeitet wird.

Bewertung je Aussage:

3 Punkte	trifft vollständig zu
2 Punkte	trifft überwiegend zu
1 Punkt	trifft nur teilweise zu
0 Punkte	trifft nicht zu / nicht geklärt

Tipp: Bearbeiten Sie die Analyse möglichst in Ruhe und - wenn sinnvoll - zunächst unabhängig von einer zweiten Führungskraft. Unterschiede in der Wahrnehmung sind oft selbst schon eine wichtige Erkenntnis.

Am Ende übertragen Sie die Bereichsergebnisse in die Übersicht. Entscheidend ist nicht nur die Gesamtpunktzahl, sondern vor allem: In welchen Bereichen häufen sich 0- und 1-Punkt-Bewertungen?



"Dieses Foto" von Unbekannter Autor ist lizenziert gemäß [CC BY-SA](#)

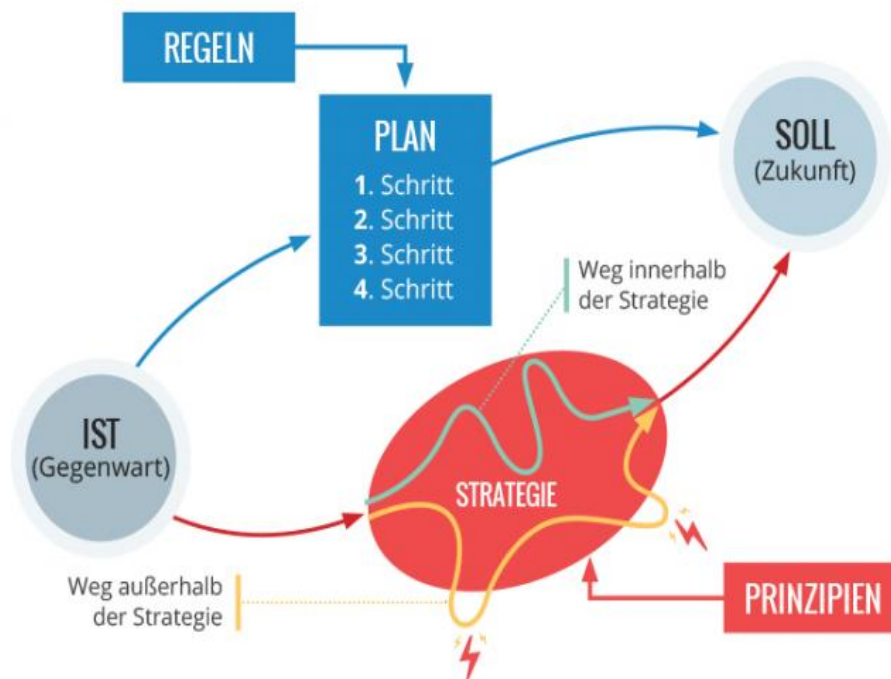
1. Ziele & Strategie

Weiß jeder, wohin das Unternehmen will - und werden Entscheidungen daran ausgerichtet?

Nr.	Aussage	0	1	2	3
1	Unsere wichtigsten Unternehmensziele für die nächsten 12 bis 24 Monate sind klar formuliert.	☐	☐	☐	☐
2	Wir wissen, mit welchen Leistungen, Kundengruppen und Märkten wir künftig Geld verdienen wollen.	☐	☐	☐	☐
3	Wichtige Entscheidungen werden anhand nachvollziehbarer Prioritäten getroffen.	☐	☐	☐	☐
4	Wir überprüfen regelmäßig, ob unsere Ziele noch zum Markt und zur Unternehmenssituation passen.	☐	☐	☐	☐
5	Investitionen und Projekte zahlen erkennbar auf unsere Ziele ein.	☐	☐	☐	☐
6	Führungskräfte und Schlüsselmitarbeiter kennen die wesentlichen Ziele und können sie benennen.	☐	☐	☐	☐

Bereichssumme: _____ **von 18 Punkten**

Was fällt Ihnen in diesem Bereich besonders auf?



"Dieses Foto" von Unbekannter Autor ist lizenziert gemäß [CC BY-NC-ND](#)

2. Organisation & Abläufe

Wie viel Leistung geht durch unklare Zuständigkeiten, Doppelarbeit oder unnötige Abstimmungen verloren?

Nr.	Aussage	0	1	2	3
1	Für wichtige Aufgaben und Prozesse sind Zuständigkeiten eindeutig geregelt.	☐	☐	☐	☐
2	Wiederkehrende Abläufe sind so organisiert, dass sie nicht von einzelnen Personen abhängen.	☐	☐	☐	☐
3	Entscheidungen werden dort getroffen, wo die erforderlichen Informationen vorhanden sind.	☐	☐	☐	☐
4	Wir haben wenig Doppelarbeit, unnötige Rückfragen oder vermeidbare Wartezeiten.	☐	☐	☐	☐
5	Probleme in Abläufen werden dokumentiert und nachhaltig behoben - nicht nur kurzfristig umgangen.	☐	☐	☐	☐
6	Besprechungen und Abstimmungen führen zu klaren Entscheidungen, Verantwortlichen und Terminen.	☐	☐	☐	☐

Bereichssumme: _____ **von 18 Punkten**

Was fällt Ihnen in diesem Bereich besonders auf?

A NEW VIEW OF ORGANISATION



Diagram adapted from *Structure is not organisation* (Waterman, Peters, & Phillips, 1980)

"Dieses Foto" von Unbekannter Autor ist lizenziert gemäß [CC BY-SA](#)

3. Mitarbeiter & Fachkräfte

Sind die richtigen Menschen an den richtigen Aufgaben - und können Sie offene Stellen rechtzeitig besetzen?

Nr.	Aussage	0	1	2	3
1	Wir wissen, welche Kompetenzen wir heute und in den nächsten Jahren tatsächlich benötigen.	☐	☐	☐	☐
2	Kritische Stellen oder Funktionen können wir innerhalb einer vertretbaren Zeit besetzen.	☐	☐	☐	☐
3	Mitarbeiter werden entsprechend ihrer Stärken und Fähigkeiten eingesetzt.	☐	☐	☐	☐
4	Für wichtige Schlüsselpositionen gibt es Vertretungen oder Nachfolgelösungen.	☐	☐	☐	☐
5	Weiterbildung orientiert sich an konkreten Aufgaben und zukünftigen Anforderungen.	☐	☐	☐	☐
6	Gute Mitarbeiter wissen, warum es sich lohnt, in unserem Unternehmen zu bleiben.	☐	☐	☐	☐

Bereichssumme: _____ von 18 Punkten

Was fällt Ihnen in diesem Bereich besonders auf?



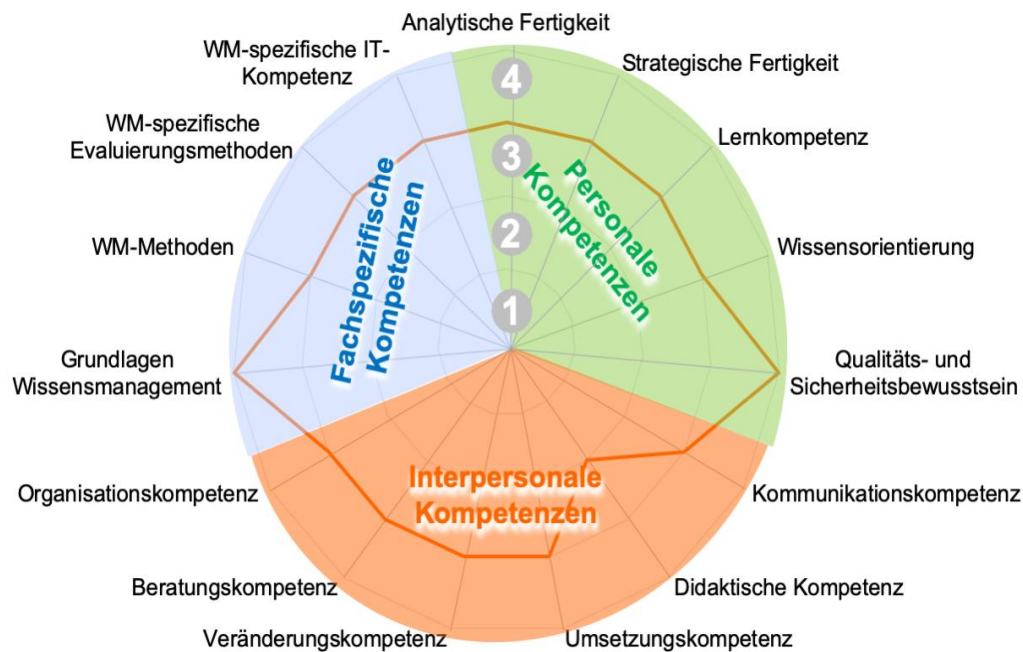
4. Führung & Verantwortung

Sind Verantwortung, Entscheidungen und Erwartungen klar - oder bleibt zu viel an wenigen Personen hängen?

Nr.	Aussage	0	1	2	3
1	Führungskräfte wissen genau, wofür sie verantwortlich sind und welche Entscheidungen sie treffen dürfen.	☐	☐	☐	☐
2	Mitarbeiter erhalten klare Ziele und wissen, was von ihnen erwartet wird.	☐	☐	☐	☐
3	Probleme werden offen angesprochen und nicht aus Bequemlichkeit oder Angst verschoben.	☐	☐	☐	☐
4	Entscheidungen werden zeitnah getroffen und anschließend konsequent umgesetzt.	☐	☐	☐	☐
5	Die Unternehmensleitung kann Aufgaben delegieren, ohne ständig selbst nachsteuern zu müssen.	☐	☐	☐	☐
6	Ergebnisse werden regelmäßig überprüft und bei Abweichungen werden konkrete Maßnahmen vereinbart.	☐	☐	☐	☐

Bereichssumme: _____ **von 18 Punkten**

Was fällt Ihnen in diesem Bereich besonders auf?



"Dieses Foto" von Unbekannter Autor ist lizenziert gemäß [CC BY](#)

5. Kunden & Vertrieb

Ist der Vertrieb planbar - oder hängt Umsatz zu stark von einzelnen Kunden, Personen oder Zufällen ab?

Nr.	Aussage	0	1	2	3
1	Wir kennen unsere profitabelsten Kundengruppen und richten den Vertrieb gezielt darauf aus.	☐	☐	☐	☐
2	Wir wissen, warum Kunden sich für uns und nicht für einen Wettbewerber entscheiden.	☐	☐	☐	☐
3	Neue Kunden werden systematisch gewonnen und nicht nur über Empfehlungen oder Zufall.	☐	☐	☐	☐
4	Anfragen und Angebote werden nachvollziehbar nachverfolgt.	☐	☐	☐	☐
5	Wir kennen wichtige Vertriebskennzahlen wie Anfragen, Angebote, Abschlüsse und Auftragswerte.	☐	☐	☐	☐
6	Wir sind nicht gefährlich abhängig von einzelnen Großkunden oder einzelnen Vertriebsmitarbeitern.	☐	☐	☐	☐

Bereichssumme: _____ **von 18 Punkten**

Was fällt Ihnen in diesem Bereich besonders auf?



6. Marketing & Sichtbarkeit

Versteht der Markt schnell, welchen Nutzen Ihr Unternehmen bietet?

Nr.	Aussage	0	1	2	3
1	Unser Leistungsangebot ist für Außenstehende in wenigen Sätzen verständlich.	☐	☐	☐	☐
2	Website und andere Kommunikationskanäle zeigen klar den Nutzen für unsere Zielkunden.	☐	☐	☐	☐
3	Wir sprechen gezielt die Kundengruppen an, die für unser Unternehmen wirtschaftlich interessant sind.	☐	☐	☐	☐
4	Marketingaktivitäten werden geplant und nicht nur sporadisch durchgeführt.	☐	☐	☐	☐
5	Wir können beurteilen, welche Marketingmaßnahmen tatsächlich Anfragen oder Aufträge erzeugen.	☐	☐	☐	☐
6	Unser Unternehmen ist dort sichtbar, wo potenzielle Kunden nach Lösungen suchen.	☐	☐	☐	☐

Bereichssumme: _____ **von 18 Punkten**

Was fällt Ihnen in diesem Bereich besonders auf?

THE MARKETING MIX



"Dieses Foto" von Unbekannter Autor ist lizenziert gemäß [CC BY](#)



"Dieses Foto" von Unbekannter Autor ist lizenziert gemäß [CC BY](#)

7. Kosten & Wirtschaftlichkeit

Wissen Sie, womit Sie tatsächlich Geld verdienen - und wo unbemerkt Marge verloren geht?

Nr.	Aussage	0	1	2	3
1	Wir kennen die tatsächlichen Kosten und Deckungsbeiträge unserer wichtigsten Leistungen oder Produkte.	☐	☐	☐	☐
2	Preise werden auf Grundlage von Kosten, Markt und gewünschter Marge festgelegt.	☐	☐	☐	☐
3	Wir erkennen zeitnah, wenn Projekte, Aufträge oder Produkte wirtschaftlich aus dem Ruder laufen.	☐	☐	☐	☐
4	Offene Forderungen, Zahlungsziele und Liquidität werden konsequent überwacht.	☐	☐	☐	☐
5	Wir überprüfen regelmäßig wiederkehrende Kosten und Verträge auf Notwendigkeit und Nutzen.	☐	☐	☐	☐
6	Entscheidungen über Investitionen beruhen auf nachvollziehbaren wirtschaftlichen Annahmen.	☐	☐	☐	☐

Bereichssumme: _____ von 18 Punkten

Was fällt Ihnen in diesem Bereich besonders auf?



"Dieses Foto" von Unbekannter Autor ist lizenziert gemäß [CC BY](#)

8. Digitalisierung & KI

Nutzen Sie Technik, um Arbeit zu vereinfachen - oder erzeugt sie zusätzliche Arbeit?

Nr.	Aussage	0	1	2	3
1	Wichtige Informationen sind digital auffindbar und nicht über persönliche Ablagen verstreut.	☐	☐	☐	☐
2	Daten werden möglichst nur einmal erfasst und sinnvoll weiterverwendet.	☐	☐	☐	☐
3	Wiederkehrende administrative Aufgaben sind dort automatisiert, wo es wirtschaftlich sinnvoll ist.	☐	☐	☐	☐
4	Unsere eingesetzten Programme unterstützen die Abläufe, statt zusätzliche Umwege zu erzeugen.	☐	☐	☐	☐
5	Wir prüfen konkrete Einsatzmöglichkeiten von KI mit Blick auf Zeitersparnis, Qualität oder Vertrieb.	☐	☐	☐	☐
6	Datenschutz, Zugriffsrechte, Datensicherung und IT-Sicherheit sind angemessen geregelt.	☐	☐	☐	☐

Bereichssumme: _____ von 18 Punkten

Was fällt Ihnen in diesem Bereich besonders auf?



"Dieses Foto" von Unbekannter Autor ist lizenziert gemäß [CC BY-SA](#)

9. Angebot, Markt & Wettbewerb

Passt Ihr Angebot noch zu dem, was Kunden heute und morgen brauchen?

Nr.	Aussage	0	1	2	3
1	Wir wissen, welche Probleme und Kaufmotive unsere wichtigsten Zielkunden aktuell haben.	☐	☐	☐	☐
2	Wir beobachten relevante Wettbewerber und Marktveränderungen regelmäßig.	☐	☐	☐	☐
3	Unsere Leistungen unterscheiden sich für Kunden erkennbar von Alternativen im Markt.	☐	☐	☐	☐
4	Unrentable oder kaum nachgefragte Leistungen werden konsequent überprüft.	☐	☐	☐	☐
5	Neue Angebote werden nicht nur aus dem Bauch heraus, sondern anhand realer Marktbedarfe entwickelt.	☐	☐	☐	☐
6	Wir erkennen wichtige Veränderungen bei Kunden, Technik, Preisen oder Regulierung frühzeitig.	☐	☐	☐	☐

Bereichssumme: _____ von 18 Punkten

Was fällt Ihnen in diesem Bereich besonders auf?



"Dieses Foto" von Unbekannter Autor ist lizenziert gemäß [CC BY](#)

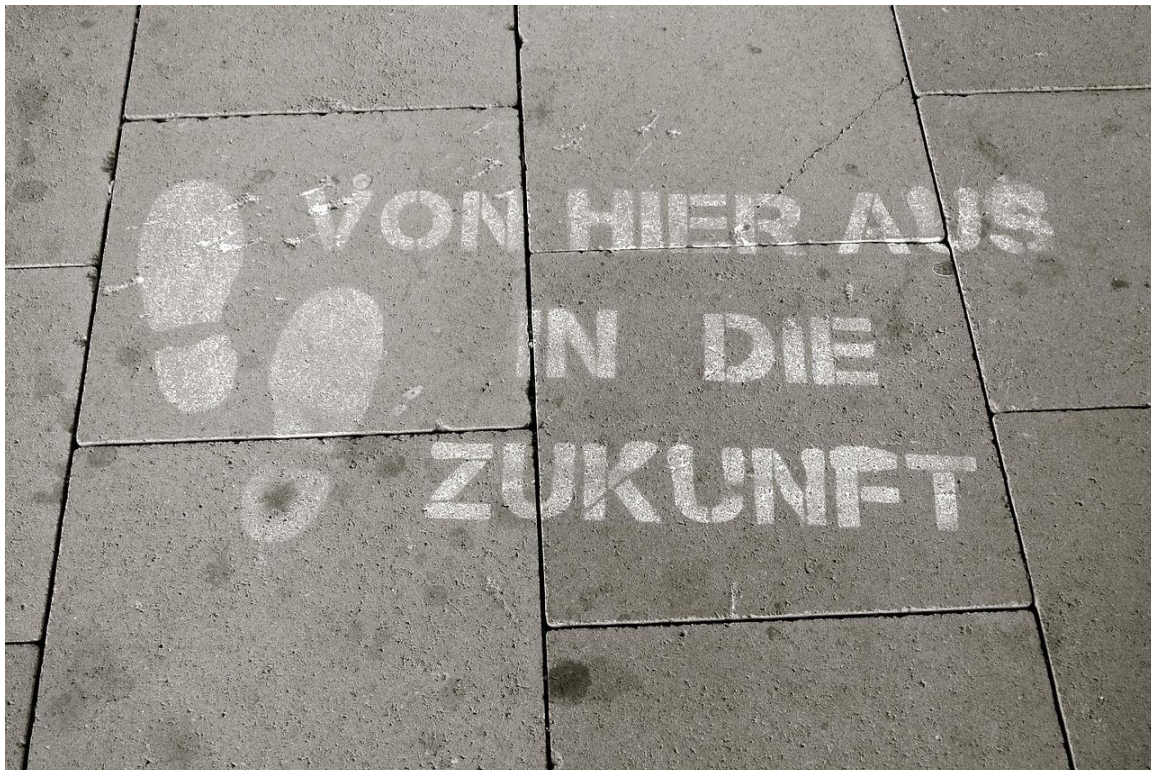
10. Zukunftsfähigkeit & Umsetzung

Kann Ihr Unternehmen erkannte Veränderungen tatsächlich in konkrete Ergebnisse übersetzen?

Nr.	Aussage	0	1	2	3
1	Wir haben die wichtigsten Risiken und Chancen der nächsten zwei bis fünf Jahre benannt.	☐	☐	☐	☐
2	Für kritische Abhängigkeiten - Personen, Kunden, Lieferanten, Technik - gibt es Alternativen oder Notfalllösungen.	☐	☐	☐	☐
3	Nachfolge, Wissenstransfer oder Übergabe wichtiger Aufgaben sind rechtzeitig geregelt bzw. vorbereitet.	☐	☐	☐	☐
4	Neue Projekte erhalten einen Verantwortlichen, einen Terminplan und ein überprüfbares Ziel.	☐	☐	☐	☐
5	Wir beenden oder verändern Vorhaben, wenn sie erkennbar keinen ausreichenden Nutzen mehr bringen.	☐	☐	☐	☐
6	Erkannte Schwachstellen führen bei uns tatsächlich zu Maßnahmen - nicht nur zu Diskussionen.	☐	☐	☐	☐

Bereichssumme: _____ **von 18 Punkten**

Was fällt Ihnen in diesem Bereich besonders auf?



Ihre Auswertung auf einen Blick

Übertragen Sie die zehn Bereichssummen. Maximal sind 18 Punkte je Bereich und 180 Punkte insgesamt möglich. Der Gesamtwert ist eine Orientierung - entscheidend sind die schwächsten Einzelbereiche.

Bereich	Punkte	%	Ampel
Ziele & Strategie	___ / 18	___ %	☐ G ☐ Y ☐ O ☐ R
Organisation & Abläufe	___ / 18	___ %	☐ G ☐ Y ☐ O ☐ R
Mitarbeiter & Fachkräfte	___ / 18	___ %	☐ G ☐ Y ☐ O ☐ R
Führung & Verantwortung	___ / 18	___ %	☐ G ☐ Y ☐ O ☐ R
Kunden & Vertrieb	___ / 18	___ %	☐ G ☐ Y ☐ O ☐ R
Marketing & Sichtbarkeit	___ / 18	___ %	☐ G ☐ Y ☐ O ☐ R
Kosten & Wirtschaftlichkeit	___ / 18	___ %	☐ G ☐ Y ☐ O ☐ R
Digitalisierung & KI	___ / 18	___ %	☐ G ☐ Y ☐ O ☐ R
Angebot, Markt & Wettbewerb	___ / 18	___ %	☐ G ☐ Y ☐ O ☐ R
Zukunftsfähigkeit & Umsetzung	___ / 18	___ %	☐ G ☐ Y ☐ O ☐ R

Gesamt: _____ von 180 Punkten = _____ %

Orientierung:

80-100 %	GRÜN	solide aufgestellt; Schwachstellen gezielt optimieren
60-79 %	GELB	mehrere Bereiche prüfen und konkrete Maßnahmen festlegen
40-59 %	ORANGE	deutlicher Handlungsbedarf; Ursachen und Prioritäten klären
unter 40 %	ROT	kritische Schwachstellen; strukturiertes Vorgehen dringend sinnvoll

Von der Erkenntnis zur Maßnahme

Wählen Sie nicht zehn Baustellen gleichzeitig. Beginnen Sie mit den drei Schwachstellen, die den größten wirtschaftlichen oder organisatorischen Schaden verursachen - oder das größte Risiko darstellen.

Priorität 1

**Schwachstelle /
Beobachtung**

Vermutete Ursache

Konkrete Maßnahme

Verantwortlich

Termin / Kontrolle

Priorität 2

**Schwachstelle /
Beobachtung**

Vermutete Ursache

Konkrete Maßnahme

Verantwortlich

Termin / Kontrolle

Von der Erkenntnis zur Maßnahme - Fortsetzung

Priorität 3

Schwachstelle / Beobachtung
Vermutete Ursache
Konkrete Maßnahme
Verantwortlich
Termin / Kontrolle

Kann ich die Schwachstellen selbst lösen?

Gehen Sie jede kritische Schwachstelle noch einmal durch. Entscheidend ist nicht, ob Sie theoretisch eine Lösung kennen, sondern ob sie im Unternehmen tatsächlich umgesetzt werden kann.

1. Kenne ich die tatsächliche Ursache?	Nicht nur das sichtbare Symptom, sondern den Grund dahinter.	☐ Ja	☐ Nein
2. Weiß ich, wie das Problem gelöst werden kann?	Es gibt eine konkrete, realistische Vorgehensweise.	☐ Ja	☐ Nein
3. Habe ich Zeit, Wissen und personelle Kapazität?	Die Lösung konkurriert nicht dauerhaft mit dem Tagesgeschäft.	☐ Ja	☐ Nein
4. Ist die Verantwortung eindeutig geklärt?	Eine Person ist zuständig und darf entscheiden.	☐ Ja	☐ Nein
5. Gibt es einen Termin und eine Erfolgskontrolle?	Die Umsetzung wird messbar verfolgt.	☐ Ja	☐ Nein

Die entscheidende Frage

Wenn eine Schwachstelle seit Monaten oder Jahren bekannt ist und trotzdem fortbesteht, fehlt meist nicht die Erkenntnis - sondern Zeit, Priorität, Struktur, Verantwortung oder ein neutraler Blick von außen.

Wenn Sie die fünf Fragen überwiegend mit JA beantworten können: Legen Sie Maßnahmen fest und setzen Sie sie um.

Wenn Sie mehrere Fragen mit NEIN beantworten: Prüfen Sie, ob externe Unterstützung Zeit spart, Klarheit schafft oder die Umsetzung beschleunigt.



Sie entscheiden, wie es weitergeht

Diese Schwachstellenanalyse gehört Ihnen. Sie müssen uns kein Ergebnis zusenden und keine internen Unternehmensdaten offenlegen.

Wenn Sie Ihre Themen selbst lösen können: Tun Sie es.

Wenn Sie bei Ursachen, Prioritäten, Lösungswegen oder Umsetzung Unterstützung wünschen, können wir die Situation gemeinsam analysieren - sachlich, vertraulich und ohne Verpflichtung zu einem Folgeauftrag.

Unser Ansatz

Erst verstehen. Dann Möglichkeiten erkennen. Dann entscheiden. Dann umsetzen. Und danach: wieder hinschauen.

Mögliche Unterstützung:

- neutrale Schwachstellen- und Ursachenanalyse
- Priorisierung der wichtigsten Handlungsfelder
- Entwicklung konkreter Lösungsvarianten
- Projektplanung und Begleitung der Umsetzung
- Kontrolle, ob die Maßnahmen tatsächlich wirken

Burbank CTM Consulting - Training - Marketing

Analyse | Projektentwicklung | Umsetzung

Telefon	0177 44 54 014
E-Mail	Office@ctm-projekt.de
Web	www.ctm-projekt.de

Hinweis: Die Analyse dient der unternehmerischen Selbstreflexion und ersetzt keine Rechts-, Steuer- oder Wirtschaftsprüfung.