

Axia-Award 2009
Nominierungsformular
für Baden-Württemberg



Erfolgreich in stürmischen Zeiten

Im Rahmen des Mittelstandsprogramms „Partner der Region“ zeichnet Deloitte mittelständische Unternehmen in Baden-Württemberg für nachhaltiges, erfolgreiches Wirtschaften in stürmischen Zeiten aus.

Mittelständische Unternehmen sind in vielerlei Hinsicht besonders. Dabei stehen die Unternehmer und Manager von mittelständischen Unternehmen seit jeher vor besonderen Herausforderungen: Für sie ist Tradition nicht nur eine Formel, sondern ein Wert, der neben der geschäftlichen auch eine private Dimension besitzt. Doch nur wer gleichzeitig die Chancen der Gegenwart und Zukunft antizipiert, kann nachhaltig erfolgreich sein und damit Verantwortung nicht nur für die Mitarbeiter, sondern auch für die eigene Familie übernehmen.

Der altgriechische Begriff Axia steht für »Wert«, bedeutet aber auch »Fähigkeit« und »Erfolg« und verbindet damit zentrale Aspekte der Arbeit und der Herausforderungen mittelständischer Unternehmen.

In diesem Jahr widmet sich der Axia-Award den Erfolgsfaktoren von mittelständischen Unternehmen in stürmischen Zeiten. Prämiert werden Firmen, die trotz oder gerade in schwierigen Zeiten nachhaltig und erfolgreich wirtschaften. Innovationsmanagement, Internationalisierung, Personalmanagement und Kundenbeziehungsmanagement sind hierbei wichtige Faktoren, die direkten Einfluss auf das Betriebsergebnis haben und für den Unternehmenserfolg unabdingbar sind.

Wissenschaftlich wird der Axia-Award in Baden-Württemberg, wie im Vorjahr, von Professor Dr. Dirk Hachmeister, Inhaber des Lehrstuhls für Rechnungswesen und Finanzierung an der Universität Hohenheim, begleitet. Zudem unterstützt die Südwestbank den Axia-Award. Die Financial Times Deutschland begleitet den Wettbewerb als Medienpartner.

Axia-Award 2009 in Baden-Württemberg

Teilnahmekriterien

Um den Axia-Award können sich Unternehmen bewerben, die

- ihren Hauptsitz in Baden-Württemberg und angrenzenden Wirtschaftsregionen haben,
- einen Jahresumsatz von mindestens € 25 Mio. erwirtschaften und
- mindestens zum Teil in Familienbesitz sind.

Ablauf des Wettbewerbs

Wenn Ihr Unternehmen die oben genannten Kriterien erfüllt, können Sie sich selbst nominieren. Dazu beantworten Sie bitte die Fragen auf den folgenden Seiten des Nominierungsformulars. Alternativ können Sie auch das Online-Nominierungsformular auf www.axia-award.de nutzen.

Das von Ihnen ausgefüllte Nominierungsformular ist Grundlage für eine erste Vorauswahl durch Deloitte. Mit Vertretern der ausgewählten Unternehmen werden dann im zweiten Schritt persönliche Interviews geführt, bei denen die vier Themenblöcke Internationalisierung, Kundenbeziehungen, Innovationen und Personal näher beleuchtet werden. Die Auswahl der Preisträger findet, auf Basis dieser Informationen, in einer Jurysitzung statt. Die Fragebögen werden von der Universität Hohenheim anonymisiert, ausgewertet und in einer Studie zusammengestellt, die Sie als teilnehmendes Unternehmen im Anschluss an den Wettbewerb erhalten.

Preiskategorien

In diesem Jahr werden vier Preisträger ausgezeichnet, die trotz oder gerade in stürmischen Zeiten nachhaltig erfolgreich sind. Prämiert werden die Unternehmen, die durch besonders herausragende Leistungen oder Maßnahmen in den Kategorien „Innovationsmanagement“, „Kundenbeziehungsmanagement“, „Internationalisierung“ und „Personalmanagement“ hervorstechen.

Jury

Die Jury des Axia-Awards in Baden-Württemberg setzt sich, unter dem Vorsitz von Klaus M. Bukenberger, aus Vertretern der Universität Hohenheim der Südwestbank, der Financial Times Deutschland und Partnern des Deloitte Mittelstandsprogramms zusammen. Die Jurysitzung wird im November 2009 stattfinden und vier Preisträger aus dem Kreis der interviewten Unternehmen auswählen.

Preisverleihung

Die Gewinner werden im Rahmen einer festlichen Veranstaltung Anfang des Jahres 2010 in Stuttgart ausgezeichnet. Neben der Preisverleihung werden die Studienergebnisse des Axia-Awards von Professor Dr. Dirk Hachmeister vorgestellt. Zudem wird ein prominenter Key-Note-Speaker unser Gast sein.

Nutzen Sie die Öffentlichkeitswirkung dieser Veranstaltung, präsentieren Sie Ihr Unternehmen, knüpfen Sie Kontakte und tauschen Sie Informationen mit anderen Unternehmern und Experten aus. Wir freuen uns auf Sie!

Nominierungsformular für Baden-Württemberg

Um sich für den Axia-Award 2009 in Baden-Württemberg zu bewerben, beantworten Sie bitte die nachstehenden Fragen und schicken das Nominierungsformular bis zum 31. Juli 2009 an uns zurück. Adresse und Ansprechpartner finden Sie auf der Rückseite.

Hauptsitz des Unternehmens/der Unternehmensgruppe

Unternehmen

Adresse

PLZ/Ort

Bundesland

Telefon

Fax

Website

Geschäftsführender Gesellschafter/Geschäftsführer/Vorstandsvorsitzender

Titel

Anrede

Vorname

Nachname

Telefon

E-Mail

Ansprechpartner Axia-Award (falls abweichend von oben)

Titel, Anrede

Position

Vorname

Nachname

Telefon

E-Mail

Ich möchte am Wettbewerb „Axia-Award“ und der Begleitstudie teilnehmen. Ich bin einverstanden, dass Deloitte und Partner des Axia-Awards Informationen meines Unternehmens in Veröffentlichungen, die für den Axia-Award erstellt werden, in anonymisierter Form verwendet.



oder

Ich möchte nur an der Begleitstudie zum Axia-Award teilnehmen. Ich bin einverstanden, dass Deloitte und Partner des Axia-Awards Informationen meines Unternehmens in Veröffentlichungen, die für den Axia-Award erstellt werden, in anonymisierter Form verwendet.



Datum, Unterschrift

I. Herausforderungen und Ziele

1. Wie bewerten Sie die folgenden Herausforderungen in der Führung Ihres Unternehmens?	Sehr wichtig	Wichtig	Durchschnittlich wichtig	Weniger wichtig	Nicht wichtig
Aktuelle Wirtschaftssituation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internationalisierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Steigerung der Unternehmensflexibilität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kostenreduktion im Unternehmen (bspw. Arbeits-/Personalkosten)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gewinnung von Fach- und Führungskräften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Finanzierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Restriktionen in der Kreditvergabe (Basel II)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Generationswechsel in der Unternehmensleitung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anpassung der Produktpalette	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anpassung der Unternehmensstrategie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mitarbeitermotivation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige (bitte angeben)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Welche Bedeutung haben aus Ihrer Sicht folgende Unternehmensziele?	Sehr wichtig	Wichtig	Durchschnittlich wichtig	Weniger wichtig	Nicht wichtig
Umsatzwachstum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gewinnerzielung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kapazitätsauslastung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kosteneinsparung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kundenloyalität und Kundenzufriedenheit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unternehmenssicherung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Produktivitätssteigerung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mitarbeiterzufriedenheit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ansehen in der Öffentlichkeit/Image	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soziale Verantwortung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

II. Innovationsmanagement

3. Welche Bedeutung haben Innovationen in Ihrem Unternehmen?	Sehr wichtig <input type="checkbox"/>	Wichtig <input type="checkbox"/>	Durchschnittlich wichtig <input type="checkbox"/>	Weniger wichtig <input type="checkbox"/>	Nicht wichtig <input type="checkbox"/>
4. Sind Innovationsziele im Unternehmensleitbild verankert?	Ja <input type="checkbox"/>		Nein <input type="checkbox"/>		
5. Welche Art von Innovationen steht im Vordergrund Ihrer Innovationstätigkeit?					
Prozessinnovationen	<input type="checkbox"/>				
Produktinnovationen	<input type="checkbox"/>				
Beide gleich wichtig	<input type="checkbox"/>				
6. Welche Bedeutung haben diese Ideenquellen in Ihrem Innovationsprozess?	Sehr wichtig	Wichtig	Durchschnittlich wichtig	Weniger wichtig	Nicht wichtig
F&E-Abteilung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stelle/Abteilung für Innovationsmanagement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mitarbeiter (allgemein)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Markt- und Wettbewerbsbeobachtungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Mussten Sie aufgrund der aktuellen Wirtschaftssituation auf Innovationen verzichten?	Ja <input type="checkbox"/>		Nein <input type="checkbox"/>		
8. Haben Sie aufgrund der aktuellen Wirtschaftssituation Budgetumschichtungen vorgenommen, um Innovationen durchzuführen?	Ja <input type="checkbox"/>		Nein <input type="checkbox"/>		
9. Welche Relevanz haben folgende Innovationshemmnisse für Ihr Unternehmen?	Sehr hoch	Hoch	Durchschnittlich hoch	Weniger relevant	Nicht relevant
Hohe Innovationskosten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hohes wirtschaftliches Risiko	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mangel an Finanzierungsquellen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lange Verwaltungs- und Genehmigungsverfahren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gesetzgebung, rechtliche Regelungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vermutete Nachfrageprobleme/mangelnde Kundenakzeptanz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mangel an Fachpersonal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fehlende Marktinformationen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fehlende technologische Informationen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Widerstände im Unternehmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige (bitte angeben)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. In welchem Schritt des Innovationsprozesses sehen Sie das größte Innovationshemmnis?

Entdeckung	<input type="checkbox"/>
Entwicklung	<input type="checkbox"/>
Umsetzung	<input type="checkbox"/>
Durchsetzung am Markt	<input type="checkbox"/>

11. Welche wesentlichen Maßnahmen haben Sie im aktuellen Umfeld ergriffen, um die Innovationsfähigkeit Ihres Unternehmens zu erhalten?

III. Internationalisierung

12. Ist Ihr Unternehmen international tätig? (Falls Ihr Unternehmen nicht international tätig ist, können Sie direkt zum Fragenblock IV. gehen.)	Ja <input type="checkbox"/>	Nein <input type="checkbox"/>
--	--------------------------------	----------------------------------

13. Wie viele ausländische Niederlassungen bzw. Tochtergesellschaften gehören zu Ihrem Unternehmen?	
--	--

14. Welche Motive waren ausschlaggebend für die Aufnahme internationaler Aktivitäten? (Mehrfachantworten möglich)	
Kundennähe	<input type="checkbox"/>
Erschließung neuer Märkte	<input type="checkbox"/>
Engagement der Konkurrenz im Ausland	<input type="checkbox"/>
Zugang zu Know-how bzw. landesspezifischen Ressourcen	<input type="checkbox"/>
Lohnkostenvorteile	<input type="checkbox"/>
Krisenbewältigung	<input type="checkbox"/>
Währungssicherung	<input type="checkbox"/>
Erschließung von Steuervorteilen	<input type="checkbox"/>
Zugang zu qualifizierten Fachkräften	<input type="checkbox"/>
Sonstige (bitte angeben)	<input type="checkbox"/>

15. Welche Formen umfasst Ihre internationale Geschäftstätigkeit? (Mehrfachantworten möglich)	
Exportbeziehungen	<input type="checkbox"/>
Langfristige Lieferverträge	<input type="checkbox"/>
Lizenz-Vereinbarungen	<input type="checkbox"/>
Franchise-Vereinbarungen	<input type="checkbox"/>
Vertragliche Kooperationen	<input type="checkbox"/>
Joint-Venture-Unternehmen	<input type="checkbox"/>
Minderheitsbeteiligungen	<input type="checkbox"/>
Akquisitionen	<input type="checkbox"/>
Eigene Tochtergesellschaften	<input type="checkbox"/>
Sonstige (bitte angeben)	<input type="checkbox"/>

16. Wie hoch ist der Anteil des Auslandsgeschäfts am Gesamtumsatz Ihres Unternehmens (2008)?	< 10% <input type="checkbox"/>	10–20% <input type="checkbox"/>	21–30% <input type="checkbox"/>	> 30% <input type="checkbox"/>
---	-----------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	-----------------------------------

17. Wie hoch ist der Anteil der Auslandsinvestitionen an den Gesamtinvestitionen Ihres Unternehmens (2008)?	< 10% <input type="checkbox"/>	10–20% <input type="checkbox"/>	21–30% <input type="checkbox"/>	> 30% <input type="checkbox"/>
--	-----------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	-----------------------------------

18. Wie hoch ist der Anteil der Mitarbeiter in Auslandsniederlassungen an der gesamten Mitarbeiterzahl (2008)?	< 10% <input type="checkbox"/>	10–20% <input type="checkbox"/>	21–30% <input type="checkbox"/>	> 30% <input type="checkbox"/>
---	-----------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	-----------------------------------

19. Nehmen Sie im Rahmen Ihrer internationalen Tätigkeit regelmäßig Personaltransfers vor?	Ja <input type="checkbox"/>	Nein <input type="checkbox"/>
---	--------------------------------	----------------------------------

20. Welche ausgewählten Regionen sind wesentliche Absatzmärkte Ihres Unternehmens? (Mehrfachantworten möglich)	Aktuell	Ausweitung geplant (< 3 Jahre)	Reduzierung geplant (< 3 Jahre)
Westeuropa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mittel- und Osteuropa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nordamerika	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Südamerika	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asien (außer China und Indien)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
China	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Indien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige (bitte angeben)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

21. Auf welche externen Wissensquellen greifen Sie bei der Planung und Umsetzung Ihrer Auslandsaktivitäten zurück? (Mehrfachantworten möglich)	
Betriebswirtschaftliche Berater	<input type="checkbox"/>
Banken	<input type="checkbox"/>
Investoren	<input type="checkbox"/>
Wirtschaftsprüfer- und Steuerberater, Rechtsanwälte	<input type="checkbox"/>
Staatliche Institutionen (z.B. Handelskammern)	<input type="checkbox"/>
Keine	<input type="checkbox"/>

22. Bei welchen Funktionsbereichen in Deutschland planen Sie eine Veränderung in den kommenden drei Jahren?	Abbau in Deutschland	Ausbau in Deutschland	Verlagerung aus Deutschland	Rückverlagerung nach Deutschland
Produktion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Administration	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Forschung & Entwicklung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Handel & Logistik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Keine Veränderung in Deutschland geplant			<input type="checkbox"/>	

23. Welche Auswirkungen hat die aktuelle wirtschaftliche Situation auf die Internationalisierung in Ihrem Unternehmen?

IV. Kundenbeziehungsmanagement

24. Welche Kunden bedient Ihr Unternehmen? (Mehrfachantworten möglich)

Business to Business (B2B)	<input type="checkbox"/>
Business to Business (B2B) – Investitionsgüter	<input type="checkbox"/>
Business to Business (B2B) – Sonstige Güter	<input type="checkbox"/>
Business to Consumer (B2C)	<input type="checkbox"/>
Business to Consumer (B2C) – Laufkunden	<input type="checkbox"/>
Business to Consumer (B2C) – Stammkunden	<input type="checkbox"/>
Business to Employee (B2E)	<input type="checkbox"/>
Business to Government (B2G)	<input type="checkbox"/>

25. Welche zusätzlichen Maßnahmen ergreifen Sie, um Ihre Kunden bei der aktuellen Krise zu unterstützen/zu binden? (Mehrfachantworten möglich)

Prämien und Preisnachlässe	<input type="checkbox"/>
Unterstützung des Kunden bei der Finanzierung (z.B. 0%-Finanzierung)	<input type="checkbox"/>
Übernahme von Kosten des Kunden (z.B. Steuern, Lieferkosten, Versicherungskosten...)	<input type="checkbox"/>
Leistungs-, Liefer- und Verfügbarkeitsgarantien	<input type="checkbox"/>
Unterstützung bei der Produktentwicklung	<input type="checkbox"/>
Individualisierung der Angebote	<input type="checkbox"/>
Vertrauensförderung durch gezielte Kundenansprache	<input type="checkbox"/>
Gezielte Reaktion auf wirtschaftliche Probleme bei Kunden	<input type="checkbox"/>
Optimierungsmaßnahmen beim Kunden (Prozessoptimierungen, Value-Added Services)	<input type="checkbox"/>
Sonstige (bitte angeben)	<input type="checkbox"/>

26. Nach welchen Kriterien segmentieren Sie Ihre Kunden? (Mehrfachantworten möglich)

Keine Kundensegmentierung	<input type="checkbox"/>	Demografische Aspekte	<input type="checkbox"/>
Geografische Aspekte	<input type="checkbox"/>	Höhe des bisherigen Umsatzes	<input type="checkbox"/>
Dauer der Kundenbeziehung	<input type="checkbox"/>	Größe des Kunden	<input type="checkbox"/>
Geschätzter zukünftiger Umsatz	<input type="checkbox"/>	Sonstige (bitte angeben)	<input type="checkbox"/>

27. Welche Charakteristika von Kundenbeziehungen werden in Ihrem Unternehmen gemessen? (Mehrfachantworten möglich)

Dauer der Kundenbeziehung	<input type="checkbox"/>
Kundenvertrauen/-loyalität	<input type="checkbox"/>
Anzahl Wiederholungskunden	<input type="checkbox"/>
Umsatz nach Kunden	<input type="checkbox"/>
Kundenbeschwerden	<input type="checkbox"/>

28. Welche Methoden ziehen Sie zur Kundenbewertung heran? (Mehrfachantworten möglich)

ABC-Kundenanalyse	<input type="checkbox"/>	Kundenbeitragsrechnung	<input type="checkbox"/>
Kundenerfolgsrechnung	<input type="checkbox"/>	Kundenportfoliorechnung	<input type="checkbox"/>
Keine Kundenbewertung	<input type="checkbox"/>	Sonstige Methoden (bitte angeben)	<input type="checkbox"/>

29. Welche Instrumente der Bestandskundenpflege finden Anwendung in Ihrem Unternehmen? (Mehrfachantworten möglich)

Kundenzeitschriften	<input type="checkbox"/>	Elektronische Newsletter	<input type="checkbox"/>
Anschreiben	<input type="checkbox"/>	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	<input type="checkbox"/>
Exklusive Angebote	<input type="checkbox"/>	Sonstige (bitte angeben)	<input type="checkbox"/>

30. Welche Veränderungen haben sich aus der aktuellen wirtschaftlichen Lage in Ihrem Kundenbeziehungsmanagement ergeben?

V. Personalmanagement

31. Welche Bedeutung haben ausgewählte Aspekte des Personalmanagements in Ihrem Unternehmen?	Sehr wichtig	Wichtig	Durchschnittlich wichtig	Weniger Wichtig	Nicht wichtig
Höhe der Personalkosten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Notwendigkeit für Personalabbau	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mangel an Facharbeitern und Führungskräften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bindung von Schlüsselmitarbeitern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Probleme bei der Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Probleme bei der Mitarbeitermotivation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Probleme bei der Mitarbeiterbeurteilung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige (bitte angeben)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

32. Für welche der folgenden Personalfunktionen existieren schriftlich fixierte Grundsätze in Ihrem Unternehmen? (Mehrfachantworten möglich)			
Personalbeschaffung	<input type="checkbox"/>	Personalentwicklung	<input type="checkbox"/>
Mitarbeitervergütung	<input type="checkbox"/>	Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen	<input type="checkbox"/>
Sonstige (bitte angeben)	<input type="checkbox"/>	Keine	<input type="checkbox"/>

33. Gibt es einen Personalleiter in Ihrem Unternehmen?	Ja	Nein
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falls ja, ist dieser Mitglied der Geschäftsführung?	Ja <input type="checkbox"/>	Nein <input type="checkbox"/>

34. Welche der folgenden Instrumentarien des Personalmanagements nutzen Sie, um Problemen der aktuellen Wirtschaftssituation entgegenzuwirken? (Mehrfachantworten möglich)	
Reduzierung der Wochenarbeitszeit (aufgrund von Öffnungsklauseln in Tarifverträgen)	<input type="checkbox"/>
Kurzarbeit (Rückgriff auf Kurzarbeitergeld)	<input type="checkbox"/>
Sabbatical (Auszeiten, Freistellungen)	<input type="checkbox"/>
Anordnung von Zwangsurlaub	<input type="checkbox"/>
Gehaltsverzicht mit Garantien auf Gehaltsnachzahlung („Besserungsscheine“)	<input type="checkbox"/>
Abschluss von Altersteilzeitverträgen	<input type="checkbox"/>
Frührenten	<input type="checkbox"/>
Entlassungen	<input type="checkbox"/>
Sonstige (bitte angeben)	<input type="checkbox"/>

35. Welche Führungsinstrumente setzen Sie auf der zweiten und dritten Führungsebene ein? (Mehrfachantworten möglich)

Zielvereinbarung	<input type="checkbox"/>	Variable Entlohnung	<input type="checkbox"/>
Balanced Scorecard	<input type="checkbox"/>	Organisations- und Fortbildungspläne	<input type="checkbox"/>
Mitarbeiterbeurteilung	<input type="checkbox"/>	Sonstige (bitte angeben)	<input type="checkbox"/>

36. Wie viele Mitarbeiter arbeiten zum 01.01.2009 in der Personalabteilung Ihres Unternehmens (Vollzeitäquivalente)?

37. Wie bewerten Sie die Probleme bei der Rekrutierung von Fach- und Führungskräften?

	Sehr wichtig	Wichtig	Durchschnittlich wichtig	Weniger wichtig	Nicht wichtig
Konkurrenz durch Großbetriebe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Höhe der Gehaltsforderungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mangel an Bewerbern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Standortnachteile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unzureichende Ausbildung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unsichere Unternehmensentwicklung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige (bitte angeben)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

38. Welche Instrumente der Personalentwicklung finden aktuell Anwendung in Ihrem Unternehmen? (Mehrfachantworten möglich)

Traineeprogramme	<input type="checkbox"/>	Regelmäßige Seminarprogramme	<input type="checkbox"/>
Weiterbildung nach Bedarfsmeldung	<input type="checkbox"/>	Qualitätszirkel	<input type="checkbox"/>
Führungsnachwuchsprogramme	<input type="checkbox"/>	Employee Empowerment	<input type="checkbox"/>
Coaching	<input type="checkbox"/>	Mitarbeitergespräche	<input type="checkbox"/>
Sonstige (bitte angeben)	<input type="checkbox"/>		

VI. Finanzierung

39. Welche Bedeutung haben ausgewählte Finanzierungsziele in Ihrem Unternehmen?	Sehr wichtig	Wichtig	Durchschnittlich wichtig	Weniger wichtig	Nicht wichtig
Liquiditätssicherung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zuverlässigkeit der Finanzierungsquelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unabhängigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Höhe der Kapitalkosten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verbesserung finanzwirtschaftlicher Kennzahlen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

40. Welche Instrumente nutzen Sie zur Finanzierung Ihres Unternehmens? (Mehrfachantworten möglich)			
Interne Finanzierung	<input type="checkbox"/>	Gesellschafterdarlehen	<input type="checkbox"/>
Bankkredite	<input type="checkbox"/>	Förderkredite	<input type="checkbox"/>
Leasing	<input type="checkbox"/>	Factoring	<input type="checkbox"/>
Private Equity	<input type="checkbox"/>	Stille Beteiligung	<input type="checkbox"/>
Anleihen	<input type="checkbox"/>	Mezzanines Kapital	<input type="checkbox"/>

VII. Allgemeine Angaben zu Ihrem Unternehmen

41. Welcher Branche gehört Ihr Unternehmen/Ihre Unternehmensgruppe schwerpunktmäßig an?

Verarbeitendes Gewerbe	<input type="checkbox"/>	Dienstleistungen	<input type="checkbox"/>
Groß- und Einzelhandel	<input type="checkbox"/>	Sonstige (bitte angeben)	<input type="checkbox"/>

42. Wie viele Mitarbeiter waren am 01.01.2009 in Ihrem Unternehmen/Ihrer Unternehmensgruppe beschäftigt (Vollzeitäquivalente)?

43. In welchem Jahr wurde Ihr Unternehmen/Ihre Unternehmensgruppe gegründet?

44. Wie hoch war in etwa Ihr Jahresumsatz in 2008?

Bis 49 Mio. EUR	<input type="checkbox"/>	100–249 Mio. EUR	<input type="checkbox"/>
50–99 Mio. EUR	<input type="checkbox"/>	250 Mio. EUR und mehr	<input type="checkbox"/>

45. Wie haben sich die folgenden Größen in Ihrem Unternehmen/Ihrer Unternehmensgruppe in den letzten fünf Jahren entwickelt?

	Stark gestiegen	Gestiegen	Gleich geblieben	Gesunken	Stark gesunken
Beschäftigtenzahl	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umsatz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Investitionen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gewinn (vor Steuern)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eigenkapitalquote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

46. Wer leitet Ihr Unternehmen/Ihre Unternehmensgruppe?

Gründer/Gründerteam	<input type="checkbox"/>	Externes Management	<input type="checkbox"/>
Mitglieder der Eigentümerfamilie/ Eigentümerfamilien	<input type="checkbox"/>	Externes Management und Gründer/ Familienmitglieder gemeinsam	<input type="checkbox"/>

47. Wie haben Sie vom Axia-Award erfahren?

Internet	<input type="checkbox"/>
Persönliche Ansprache	<input type="checkbox"/>
Freunde/Bekannte	<input type="checkbox"/>
Presse/unabhängige Berichterstattung	<input type="checkbox"/>
Sonstige (bitte angeben)	<input type="checkbox"/>

Rücksendeadresse

Füllen Sie das Nominierungsformular aus und schicken Sie es bitte bis zum 31. Juli 2009 an:

Deloitte
Thomas Traub
Löffelstr. 42
70597 Stuttgart
Tel: +49 (0)711 16554 7126
Fax: +49 (0)711 16554 7150
axia-award@deloitte.de

Für organisatorische Fragen wenden Sie sich bitte an:

Deloitte
Diana Brauner
Löffelstr. 42
70597 Stuttgart
Tel: +49 (0)711 16554 7156
Fax: +49 (0)711 16554 7150
dbrauner@deloitte.de

Weitere Informationen finden Sie unter www.axia-award.de

Diese Publikation enthält ausschließlich allgemeine Informationen, die nicht geeignet sind, den besonderen Umständen eines Einzelfalles gerecht zu werden. Sie hat nicht den Sinn, Grundlage für wirtschaftliche oder sonstige Entscheidungen jedweder Art zu sein. Sie stellt keine Beratung, Auskunft oder ein rechtsverbindliches Angebot dar und ist auch nicht geeignet, eine persönliche Beratung zu ersetzen. Sollte jemand Entscheidungen jedweder Art auf Inhalte dieser Broschüre oder Teile davon stützen, handelt dieser ausschließlich auf eigenes Risiko. Deloitte & Touche GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft übernimmt keinerlei Garantie oder Gewährleistung noch haftet sie in irgendeiner anderen Weise für den Inhalt dieser Mandanteninformation. Aus diesem Grunde empfehlen wir stets, eine persönliche Beratung einzuholen.

Deloitte erbringt Dienstleistungen aus den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Consulting und Corporate Finance für Unternehmen und Institutionen aus allen Wirtschaftszweigen. Mit einem Netzwerk von Mitgliedsgesellschaften in 140 Ländern verbindet Deloitte erstklassige Leistungen mit umfassender regionaler Marktcompetenz und verhilft so Kunden in aller Welt zum Erfolg. „To be the Standard of Excellence“ – für die 165.000 Mitarbeiter von Deloitte ist dies gemeinsame Vision und individueller Anspruch zugleich.

Die Mitarbeiter von Deloitte haben sich einer Unternehmenskultur verpflichtet, die auf vier Grundwerten basiert: erstklassige Leistung, gegenseitige Unterstützung, absolute Integrität und kreatives Zusammenwirken. Sie arbeiten in einem Umfeld, das herausfordernde Aufgaben und umfassende Entwicklungsmöglichkeiten bietet und in dem jeder Mitarbeiter aktiv und verantwortungsvoll dazu beiträgt, dem Vertrauen von Kunden und Öffentlichkeit gerecht zu werden.

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu, einen Verein schweizerischen Rechts, und/oder sein Netzwerk von Mitgliedsunternehmen. Jedes dieser Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig. Eine detaillierte Beschreibung der rechtlichen Struktur von Deloitte Touche Tohmatsu und seiner Mitgliedsunternehmen finden Sie auf www.deloitte.com/de/UeberUns.

© 2009 Deloitte & Touche GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Member of Deloitte Touche Tohmatsu

www.deloitte.com/de
Stand 05/2009

