

Wertanalyse und Value Management

Die Augen offen halten für marktorientierte und wertschöpfende Innovationen an Produkten und Dienstleistungen

von Reiner Wiest

Das System Wertanalyse/Value Management ist der zielsicherste Weg, um eine marktgerechte und effiziente Wertschöpfung für Produkte und Dienstleistungen zu erreichen. Besonders mittelständische Unternehmen, die als Marktführer im Bereich ihres Produkt- und Dienstleistungsportfolios weltweit unterwegs sind, haben vielfach erkannt, dass die Augen des Managements mit strategischer Weitsicht auf solche Produkt- und Dienstleistungszenarios ausgerichtet sein müssen, die ihren Unternehmen Alleinstellungsmerkmale auf den globalen Märkten sichern. Von Anfang an dürfen nicht kurzfristige Kostenjägerziele mit Shareholder Value-Brille avisiert werden, sondern ist das Blickfeld ganzheitlich auf gleichrangige Zielsetzungen wie z.B. Effizienz-, Qualitäts-, Markt-, Zeit-, Kapazitäts-, Leistungs-, Ökologieziele, etc. mit strategischer Sicht auszurichten. **Durch eine ganzheitliche marktstrategische Beachtung dieser Ziele und eine konsequente Einhaltung des wertanalytischen System-Weges haben viele mittelständische Unternehmen ihre heutige Weltmarktführerposition erreicht und gefestigt.**

Der Kunde im Fokus der Managemententscheidungen

Das System Wertanalyse/Value Management konzentriert sich vorrangig auf die Kunden, die immer die letzte Instanz aller unternehmerischen Entscheidungen sind. Das Denken und Strukturieren in Markt- bzw. Nutzerfunktionen ist in der **analytischen Phase des wertanalytischen Vorgehens** schon immer eine wich-

tige Voraussetzung für das Erkennen von Wirkungen, die die Nutzer von Produkten und Dienstleistungen erwarten. Der funktionale Erfüllungsgrad und die für die jeweiligen Marktfunktionen anfallenden beeinflussbaren Kosten müssen so weit analysiert werden, dass Suchfelder für die Einleitung von nachhaltigen Verbesserungs- und Veränderungsaktionen gebildet werden.

Wertanalytische Projektarbeit als Schlüssel zur Innovation

In der **Innovationsphase des wertanalytischen Vorgehens** wird das Kreativitätspotential eines interdisziplinär gebildeten Projektteams zum Einsatz gebracht, um in denjenigen Suchfeldern gezielt nach machbaren Lösungsideen zu suchen, die wir in der analytischen Phase als funktionale oder kostentreibende oder kontraproduktive Schwachstellen erkannt haben. Gerade bei der Bearbeitung von Kundenbeschwerden passt der Satz von Johann Wolfgang von Goethe, dass der Widerspruch es ist, der uns produktiv macht. Der Erfolg von wertanalytischer Projektarbeit stellt sich allerdings nur dann ein, wenn das

System Wertanalyse/Value Management von den beteiligten Personen sowohl im Management als auch im Projektteam in Form von „lessons learned“ verstanden und zur Kenntnis genommen wird. Kurz gesagt, **das System Wertanalyse/Value Management ist eine erprobte und praktizierte Allzweckwaffe für die Innovation** und die gestalterische Veränderung von Produkten und Dienstleistungen, die für globale Markt- und Wettbewerbsbedingungen aktuell und zukünftig gefragt sind.

Management by Objectives

Die wertschöpfenden Merkmale dieser Allzweckwaffe sind das logisch strukturierte Vorgehen nach einem 10-stufigen Arbeitsplan, die **konsequente Einbindung des Managements bei der Festlegung von Zielen**, die interdisziplinär organisierte Projektarbeit, das restriktionslose Denken und Strukturieren in Markt- bzw. Nutzerfunktionen, das nachhaltig innovative Suchen und Finden von Lösungsideen und eine Effizienz- und Nutzwert orientierte Lösungsbewertung. ■

Autor



■ Dipl.-Ing. Reiner Wiest

ist Inhaber der Firma Training + Coaching-Center für Wertanalyse / Value Management / Querdenkenmanagement.

E-Mail: reinerwiest@web.de

www.wertanalyseschulung.de