

Kritischer Erfolgsfaktor

aus Wikipedia, der freien Enzyklopädie

Ein **kritischer Erfolgsfaktor (KEF)** ist eine Eigenschaft einer Organisation, die bei ausreichend guten Werten das Erreichen der Ziele der Organisation ermöglicht, beispielsweise Gewinnmaximierung, Kommunikation, Qualität, Kostenführerschaft, etc.

Die Methode der Kritischen Erfolgsfaktoren (KEF) basiert auf einem Informationsbedarfsermittlungsverfahren von Rockart.

Man erhält die kritischen Erfolgsfaktoren, indem man mit dem Topmanagement eines Unternehmens bestimmt, was für den Erfolg der Unternehmung entscheidend ist. Anhand der KEF können dann z. B. Projekte aufgesetzt oder priorisiert werden, die den Unternehmenszielen förderlich sind.

Kritische Erfolgsfaktoren beziehen sich auf eine begrenzte Anzahl von Arbeitsbereichen. Gute Resultate in diesen Bereichen sind ausschlaggebend für ein Individuum, eine Abteilung oder eine Organisation, um erfolgreich im Wettbewerb zu bestehen. ^[1]

Die KEF werden klassischerweise aus den vier Bereichen Service, Kommunikation, Personal und Positionierung erhoben. Beispielhafte KEF im Bereich Kommunikation könnten Innerbetriebliche Kommunikation, Zwischenbetriebliche Kommunikation und Benutzerschulung sein.

Die Bewertung der einzelnen KEF findet anhand von Fragebögen von Experten und/oder Mitarbeitern statt. Es sind Priorität $P(K)$, Leistung $L(K)$ und Gesamterfolg $E(K)$ zu bewerten. Die Skala geht von $P(K)=1$ irrelevant bis $P(K)=7$ sehr entscheidend und $L(K)=1$ sehr schlecht bis $L(K)=7$ ausgezeichnet. Die kumulierten Werte drücken aus, ob die KEFs ausreichend unterstützt sind.

Der Erfolg $E(K)$ eines KEF errechnet sich mit der Formel
$$E(K) = \frac{\sum_{T=1}^t (P(K, T) \cdot L(K, T))}{\sum_{T=1}^t P(K, T)},$$

wobei sich zeigt, dass $E(K)$ umso größer ist, je höher Priorität und Leistung beurteilt wurden.

Die Formel
$$E(T) = \frac{\sum_{K=A}^Z (P(K, T) \cdot L(K, T))}{\sum_{K=A}^Z P(K, T)}$$
 zeigt den Erfolg für Teilnehmer T und alle

Erfolgsfaktoren.

$$D(K) = \frac{1}{t} \sum_{T=1}^t P(K, T) - \frac{1}{t} \sum_{T=1}^t L(K, T)$$
 ergibt die Leistungsdifferenz zwischen Priorität und

Leistung. Somit zeigt sich die Reihenfolge der zu verbessernden KEF. $D(K)$ liegt rechnerisch zwischen -6 und +6. Bei negativen Werten ist eine Verminderung des Ressourceneinsatzes zu empfehlen, bei positiven vice versa.

Das Vorgehen bei KEF-Analyse besteht aus sieben typischen Punkten:

1. Identifizieren der KEF

KEF sollten alle Eigenschaften der Informationsinfrastruktur, die für den Unternehmenserfolg wichtig sind, berücksichtigen. Diese sollten im Unternehmensfachjargon spezifiziert sein.

2. Festlegung der Befragungsteilnehmer

Die Teilnehmer sollten, wenn möglich, alle Benutzer, sonst eine repräsentative Stichprobe sein, die mit den KEF in Berührung kommen. Die Teilnehmer können zusätzlich noch nach Fachbereichen gruppiert werden.

3. Formulierung des Fragebogens

4. Durchführung der Datenerhebung

5. Auswertung und Darstellung der Erhebungsdaten

Die Auswertung erfolgt nach den vorgestellten Formeln. Die Erfolgsfaktoren sollten nach Priorität und Leistung abhängig von den Teilnehmergruppen klassifiziert und nach Dringlichkeit der Leistungsdifferenz sortiert werden.

6. Interpretation der Ergebnisse

7. Präsentation

Zur Präsentation eignet sich besonders die Darstellung in zweiachsigen Portfolios.^[2]

Beispiele

Bei der Einführung eines IT-Projekts können kritische Erfolgsfaktoren sein:

- Professionelles Projektmanagement
- Frühzeitiges Erkennen von Risiken
- Ausreichende Planung vor der Implementierung
- Weitere, projektspezifische Faktoren

In einem Einzelhandelsbetrieb etwa:

- Lage des Ladengeschäfts (z. B. in einer Fußgängerzone oder Einkaufspassage)
- Sortiment für mittlere bis gehobene Ansprüche
- Kompetentes Verkaufspersonal

Für einen neuen Standort eines markteingeführten Discounters:

- Gute Verkehrsanbindung
- Ausreichend Parkplätze
- Genügend großer Verkaufsraum für das Sortiment
- Großes Einzugsgebiet

Für eine Baumarktkette:

- Ausreichendes Sortiment
- Laufendes Angebot von "Schnäppchen"
- Intensive Werbung, möglichst an jedem Standort einmal pro Woche in der Lokalzeitung

Quellen

1. Krcmar H.: *Informationsmanagement*, 4. Auflage
2. Heinrich L., Lehner F.: *Informationsmanagement*, 8. Auflage

Von „http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Kritischer_Erfolgsfaktor&oldid=116871772“

Kategorie: Planung und Organisation

- Diese Seite wurde zuletzt am 3. April 2013 um 22:08 Uhr geändert.
- Abrufstatistik

Der Text ist unter der Lizenz „Creative Commons Attribution/Share Alike“ verfügbar; Informationen zum Lizenzstatus eingebundener Mediendateien (etwa Bilder oder Videos) können im Regelfall durch Anklicken dieser abgerufen werden. Möglicherweise unterliegen die Inhalte jeweils zusätzlichen Bedingungen. Durch die Nutzung dieser Website erklärst du dich mit den Nutzungsbedingungen und der Datenschutzrichtlinie einverstanden.

Wikipedia® ist eine eingetragene Marke der Wikimedia Foundation Inc.