

## Company Check-Up

Er versteht sich als Teil des strategischen Unternehmenscontrollings. Die Analyse erstreckt sich über folgende 3 unabhängigen Module:

### **Modul A**      **Vermögens-, Finanz- und Ertragslage**

Bei Vorliegen von vergleichbaren Zahlen einer Vorjahresperiode kann auch eine Veränderungsanalyse erstellt werden; für viele Branchen sind wir auch in der Lage einen Benchmark (Vergleichsmaßstab) zu liefern

### **Modul B**      **Global / Branche**

Branchenstruktur und Umweltsphären

### **Modul C**      **Unternehmen**

Besitzverhältnisse, Interessengruppen (Kunden, Lieferanten, Finanzinstitute, Gesetzgeber etc.), strategische Erfolgspositionen, Kernkompetenzen, Innovationsfähigkeit, Ressourcen, Wertketten, Kundenstruktur, Strategieprozess, Change Management, Kultur, Risk-Management, Reporting

## Ergebnis und Nutzen

- Objekte Standortbestimmung der Unternehmung (Aussensicht)
- Aufzeichnung von Stärken und Schwächen
- Erkennen von Schwachstellen oder brachliegenden Potenzialen
- Branchen-Vergleichsmaßstab (Benchmark)
- Grundlage für die zukünftige Unternehmensentwicklung
- Überprüfung der Realisierbarkeit der verfolgten Strategie
- Aufzeichnung der Veränderung der Finanz- und Vermögenslage der Unternehmung über einen Zeitraum bei Vorliegen von Vorjahreszahlen
- Aufzeichnen der Auswirkungen von ausserordentlichen Ereignissen auf die Unternehmung
- Grundlage für Besprechung mit Finanzinstituten, Shareholder, Schlüssellieferanten etc.

Die Ergebnisse werden in einem Bericht zusammengefasst, welcher mit dem Auftraggeber besprochen wird.

Die Analysen hängen von den zur Verfügung stehenden Daten und Unterlagen ab. Fehlen wichtige Elemente oder sind sie unvollständig, besteht die Möglichkeit im Rahmen des Check-Up ein strukturiertes System aufzubauen resp. dieses zu ergänzen.

## Vorgehen

Das Erstgespräch ist unverbindlich. Dabei wird das weitere Vorgehen festgelegt und eine individuelle Kostenvereinbarung für die nächsten Schritte getroffen.

# Company Checkup light

## Auszug aus dem Fragenkatalog

Stand: Datum

Muster AG

Rechtsform AG

Anzahl MA 38

Metallverarbeitung

Berater:

Umsatz TFr. 18'500

| Haupt-Aufgaben / Prozesse | Wichtigste Kriterien / Ziele | Checkup-Fragen | Bewertungskriterien |   |   |   | Bewertung |
|---------------------------|------------------------------|----------------|---------------------|---|---|---|-----------|
|                           |                              |                | Wert >              | 4 | 3 | 2 |           |

### Vermögens- und Ertragslage

| Vermögenslage |                         |  | 4           | 3            | 2           | 1             | 2.50 |
|---------------|-------------------------|--|-------------|--------------|-------------|---------------|------|
|               | Eigenkapital %          | Eigenkapital in % der Bilanzsumme                  | >=70%       | >50%         | >30%        | <30%          | 2    |
|               | Bestand Stille Reserven | Bestand Stille Reserven in Franken                 | > 75% v. EK | > 50% vom EK | >25% vom EK | geringe/keine | 1    |
|               | Bankschulden/Kredite    | Bankschulden/Kredite in % der Bilanzsumme          | keine       | <25%         | <50%        | >50%          | 3    |
|               | Liquidität              | Gab es in den letzten Jahren Liquiditäts-Engpässe? | nein        | Einzelfälle  | mehrere     | oft           | 4    |

| Ertragslage |                           |   | 4        | 3        | 2          | 1               | 2.83 |
|-------------|---------------------------|---|----------|----------|------------|-----------------|------|
|             | Gewinn                    | Gewinn letzte 3 Jahre im Durchschnitt         | hoch     | mässig   | ungenügend | negativ         | 2    |
|             | Entwicklung über 5 Jahre  | Gewinnentwicklung letzte 5 Jahre              | steigend | konstant | abnehmend  | schwankend      | 3    |
|             | Budget/Plan nächste Jahre | Geplanter Gewinn nächste Jahre                | steigend | konstant | abnehmend  | nicht vorhanden | 4    |
|             | Eigenproduktion           | Bruttoertrag in % v. Umsatz - Eigenproduktion | hoch     | mässig   | ungenügend | negativ         | 3    |
|             | Handelsware               | Bruttoertrag in % v. Umsatz - Handelsware     | hoch     | mässig   | ungenügend | negativ         | 2    |
|             | Dienstleistungen/Service  | Bruttoertrag in % v. Umsatz - DL / Service    | hoch     | mässig   | ungenügend | negativ         | 3    |

## Operative Effizienz

| Vision, Ziele, Strategie |                                |   | 4                             | 3                               | 2                         | 1               | 1.57 |
|--------------------------|--------------------------------|---|-------------------------------|---------------------------------|---------------------------|-----------------|------|
|                          | Leitbild                       | Gibt es ein klares, aussagefähiges Unternehmensleitbild?  | klar+konkret                  | nur teilweise klar              | nur rudimentär / mündlich | nicht vorhanden | 1    |
|                          | Unternehmensziele              | Die Ziele sind  | SMART                         | teils nicht klar                | zuwenig konkret           | nicht vorhanden | 2    |
|                          | Strategie                      | Die Strategie basiert auf   | Analysen+Facts                | nur teilweise                   | Meinungen                 | nicht vorhanden | 2    |
|                          |                                | Besteht eine langfristige Markt- und Investitions- Strategie auf Basis der Chancen und Risiken? | schriftlich u nachvollziehbar | schriftlich, aber nur allgemein | nur mündlich - im Kopf    | nein            | 2    |
|                          | Beitrag jedes MA zur Strategie | Beitrag jedes MA zur Strategie ist  | klar definiert                | teilw. klar                     | unklar                    | nicht erwünscht | 2    |
|                          | Strategischer Massnahmenplan   | Der strategische Massnahmenplan ist   | umfassend                     | unvollständig                   | rudimentär                | nicht vorhanden | 1    |
|                          |                                | Pro Massnahme ist definiert: Verantwortlicher / Termin  | V + T                         | nur V oder T                    |                           | alles fehlt     | 1    |