



DAS PARETO-PRINZIP

EINE ZUSAMMENFASSUNG VON



— keller ! consulting —



INHALT

Das Pareto-Prinzip – Einleitung _____	3
Mehr Erfolg mit weniger Aufwand? _____	6
Wie findet man diese 20 Prozent, die 80 Prozent der Ergebnisse erzielen? _____	9
Konkrete und wirkungsvolle Maßnahmen nach dem 80/20-Prinzip _____	12
Wichtige Fragen, die es zu beantworten gilt _____	14
Randbemerkungen zur Umsetzung des Pareto-Prinzips _____	15
Literatur _____	18
Meine persönlichen Notizen _____	19





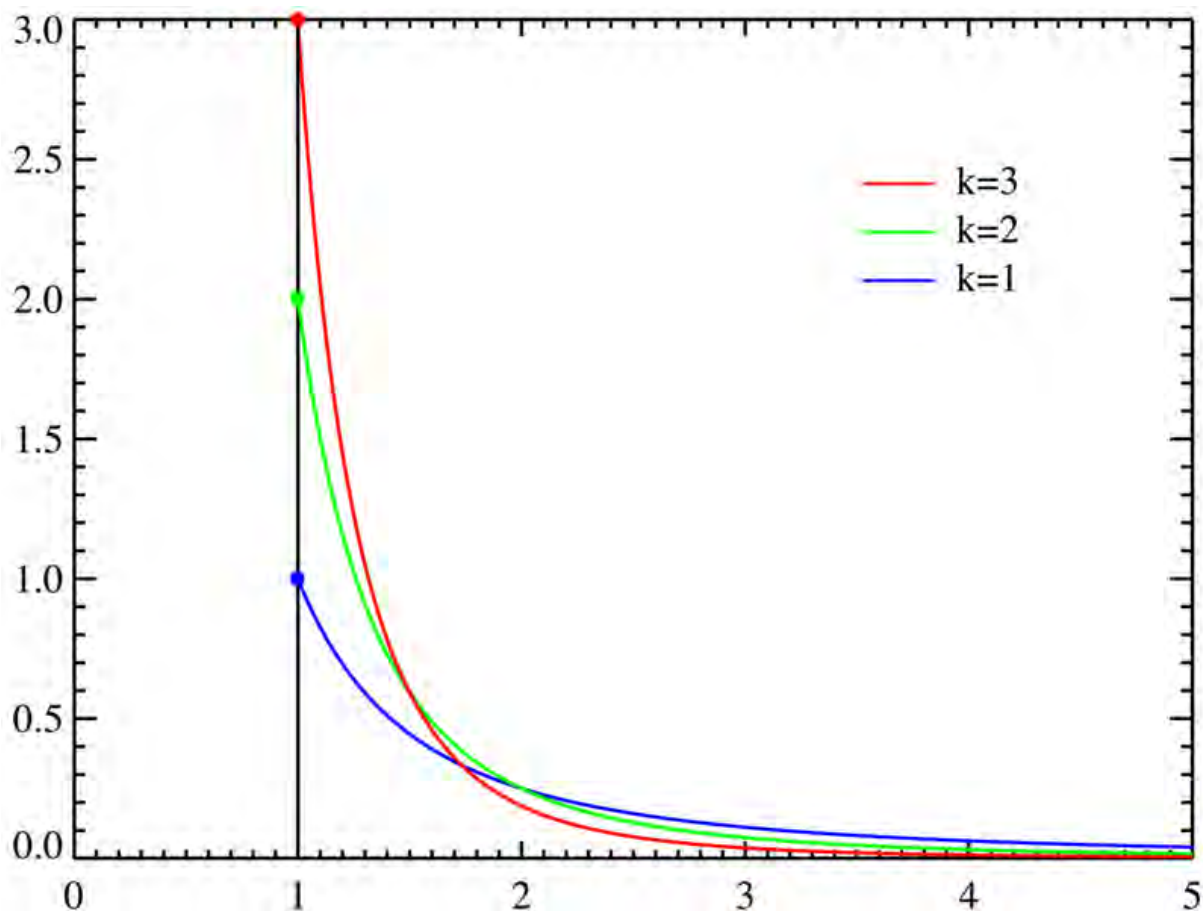
Das Pareto-Prinzip – Einleitung



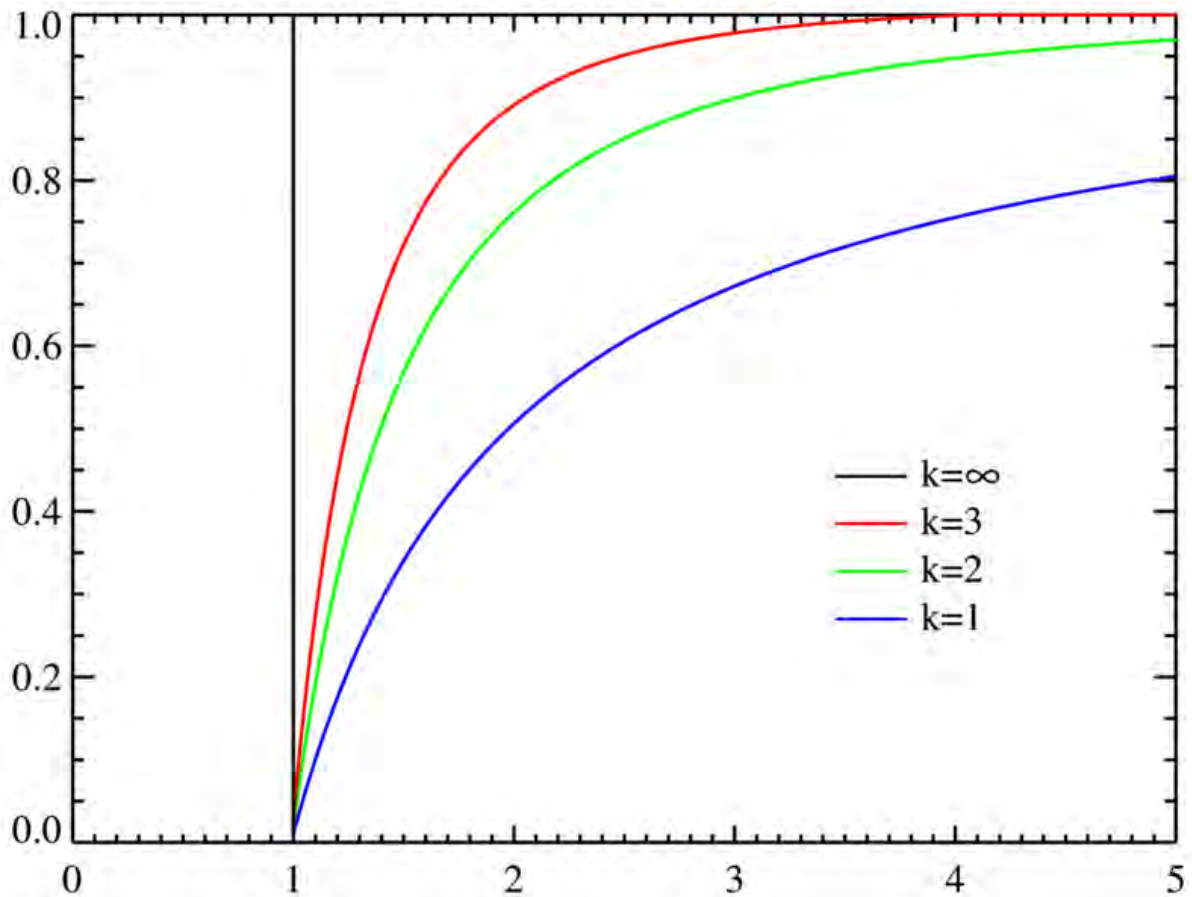
Ein wesentliches Erfolgsrezept ist, beschränkt vorhandene Ressourcen an den richtigen Stellen einzusetzen, um die maximale Produktivität zu erzielen. Genau davon handelt das 80/20-Prinzip. Das 80/20-Prinzip, häufig auch 80/20-Regel oder nach seinem „Entdecker“ Vilfredo Pareto (1848 – 1923, italienischer Ingenieur, Ökonom und Soziologe) Pareto-Prinzip benannt, besagt, dass zwischen Ursache und Wirkung ein deutliches Missverhältnis besteht.

Er untersuchte Ende des 19. Jahrhunderts die Verteilung des Volksvermögens in Italien und kam zu dem Schluss, dass 80 Prozent des Vermögens bei 20 Prozent der Familien konzentriert waren. Seitdem wird das Pareto-Prinzip auf verschiedenen Gebieten formuliert.

Mathematisch betrachtet stellt es sich per Definition folgendermaßen dar:



Pareto-Wahrscheinlichkeitsdichte / Quelle: Wikipedia



Kumulative Verteilungsfunktion / Quelle: Wikipedia

Eine stetige Zufallsvariable X heißt Pareto-verteilt

$$\text{Par}(k, x_{\min})$$

mit den Parametern $k > 0$ und $x_{\min} > 0$, wenn sie die Wahrscheinlichkeitsdichte

$$f(x) = \begin{cases} \frac{k}{x_{\min}} \left(\frac{x_{\min}}{x}\right)^{k+1} & x \geq x_{\min} \\ 0 & x < x_{\min} \end{cases} \text{ besitzt.}$$

Die Wahrscheinlichkeit, mit der die Zufallsvariable X einen Wert kleiner oder gleich x annimmt, errechnet sich damit mit der Verteilungsfunktion:

$$F(x) = 1 - \left(\frac{x_{\min}}{x}\right)^k$$



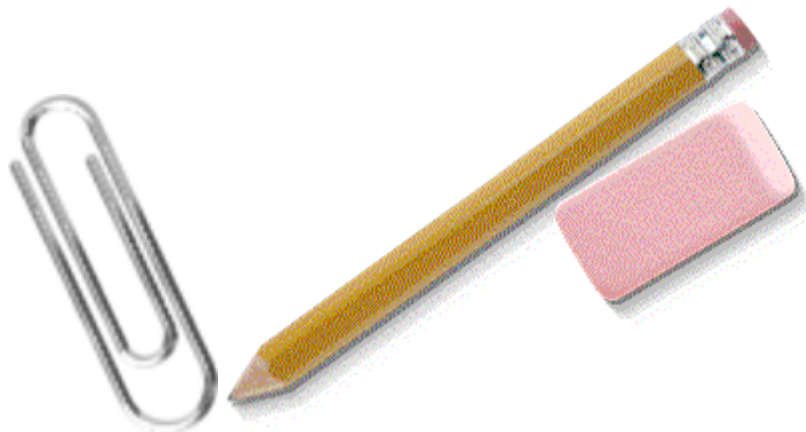
Dabei ist k ein sogenannter Fitparameter, d. h. er wird an vorliegende Werte (z. B. Stichproben) angepasst.

Der Parameter k beschreibt das Größenverhältnis der Zufallswerte in Abhängigkeit von ihrer Häufigkeit.

Damit errechnet sich die Wahrscheinlichkeit, dass die Zufallsvariable X Werte größer x annimmt durch:

$$P(X > x) = \left(\frac{x_{\min}}{x} \right)^k, \quad \forall x > x_{\min}$$

Weitere Informationen finden Sie u. a. hier: <http://de.wikipedia.org/wiki/Pareto-Verteilung>

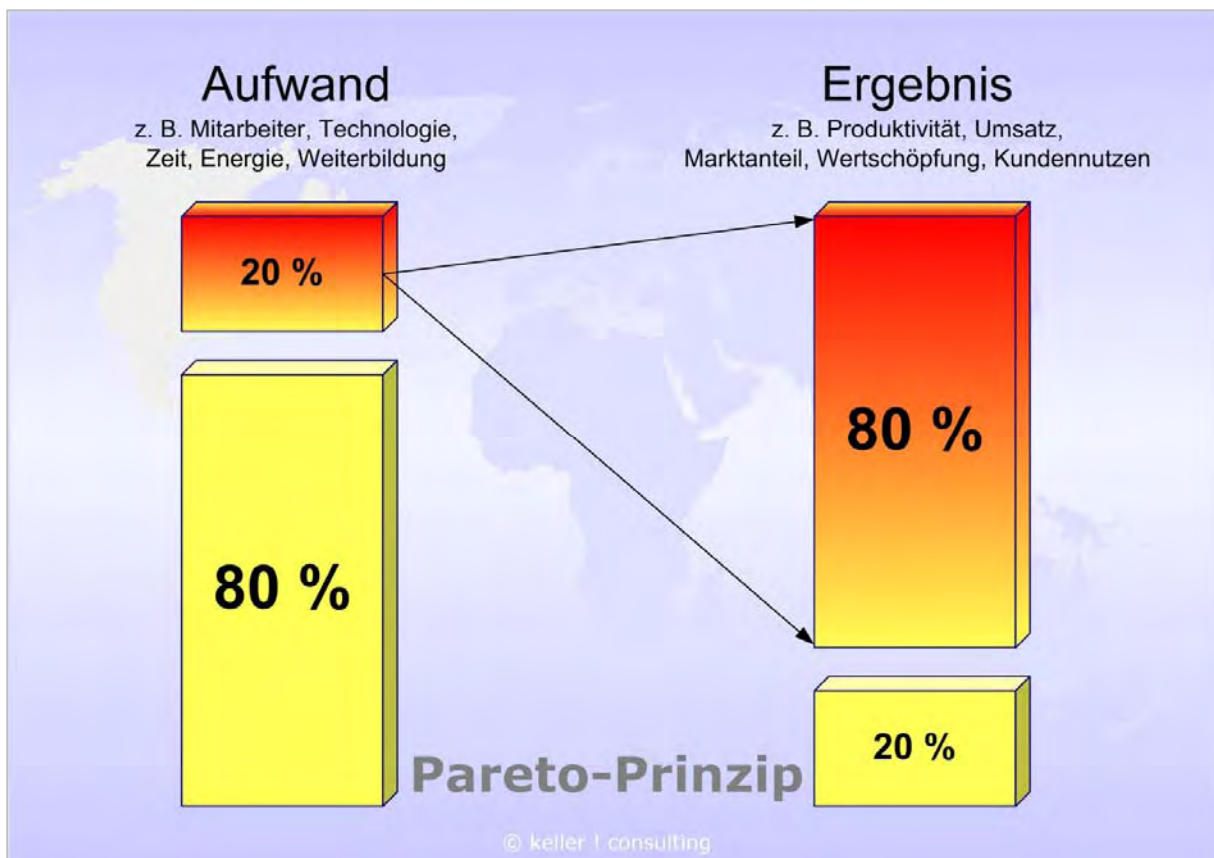




Mehr Erfolg mit weniger Aufwand?

20 Prozent Aufwand bringen 80 Prozent Ergebnis; die restlichen 20 Prozent des Ergebnisses brauchen aber 80 Prozent des gesamten Aufwandes.

In vielen Bereichen bewirkt bereits ein geringer Aufwand, dass ein Ziel weitgehend erreicht wird. Das gilt für die Kommunikation zwischen zwei Menschen genauso wie für die Neuentwicklung eines Produkts. Die beiden Zahlen 80 und 20 sind die Antwort auf die Frage „Wie viel Prozent des Resultats werden mit wie viel Prozent des Einsatzes erreicht?“.



Mit einem kleinen Teil der eingesetzten Mittel erzielt man bereits eine große Wirkung. Das Verhältnis von Ursache und Wirkung ist somit sehr unausgewogen.

Wenn Sie zwei verschiedene Datensätze vergleichen, z. B. die Anzahl Ihrer Kunden und den kumulierten Umsatz dieser Kunden, werden Sie feststellen, dass gerade einmal 20 Prozent der Kunden für ungefähr 80 Prozent des Umsatzes verantwortlich sind.



Vergleichen Sie andererseits Ihre Leistungsangebote und deren Umsatzverteilung, werden Sie feststellen, dass etwa 20 Prozent Ihrer Angebote für 80 Prozent der Umsätze verantwortlich sind.



Betrachten Sie Ihre eigene Arbeitszeit, zeigt sich ebenfalls, dass Sie vermutlich in 20 Prozent der aufgewandten Zeit 80 Prozent der produktiven Ergebnisse liefern. Je länger Sie suchen, desto mehr Beispiele für sehr unausgewogene Verteilungen von Ursache und Wirkung werden Sie finden.

Selbst in Benefiz-Aktionen sind genügend Beispiele zu finden, aber auf der anderen Seite – so schlimm wie das ist – auch in der Analyse von Terroranschlägen.

Wenn mit 20 Prozent der Ursachen 80 Prozent der Wirkung erreicht werden, bedeutet das anders formuliert, dass mit nur 20 Prozent des Aufwandes bereits 80 Prozent des Nutzens geschaffen werden.

Einige wenige Dinge scheinen also viel wichtiger zu sein, als die meisten anderen.

Umgekehrt bedeutet das leider auch, dass 80 Prozent der eingesetzten Mittel lediglich 20 Prozent des Wertes schaffen, also eine Menge Ressourcen, Energien oder Arbeitszeiten verschwendet werden:

- ☞ 80 Prozent Ihrer Klientel sorgen gerade einmal für 20 Prozent des Umsatzes!
- ☞ 80 Prozent Ihres Entwicklungsaufwands konzentrieren sich auf die vom Kunden selten benötigten 20 Prozent der Funktionalität!
- ☞ 80 Prozent Ihrer täglichen Zeit vergeuden Sie mit Dingen, die Sie Ihren Zielen nicht oder nur wenig näher bringen!
- ☞ 80 Prozent Ihres Marketing-Budgets verpuffen in wirkungslosen Werbekampagnen!
- ☞ 80 Prozent Ihrer Personalentwicklungsmaßnahmen erzielen bei nur 20 Prozent Ihrer Mitarbeiter nachhaltige Wirkung!

Diese unausgewogene Verteilung läuft unseren Erwartungen gründlich zuwider.





Eigentlich erwarten wir doch, dass auf eine Ursache immer eine bestimmte gleiche Wirkung erfolgt, also 50 Prozent der Anstrengungen zu 50 Prozent des Ergebnisses führen.

Wir vermuten, dass alle unsere Kunden gleich wertvoll sind, sich alle unsere Angebote gleich gut verkaufen lassen oder jede Marketing-Aktion gleich wirksam ist und auch gleich viele Neukunden bringt.

Auch unsere Tätigkeiten halten wir für gleich wertvoll und vermuten, dass die Zeit, die wir für bestimmte Aufgaben aufbringen, in einem recht ausgewogenen Verhältnis zu den erzielten Ergebnissen steht.

80/20 bedeutet übrigens nicht, dass die Verteilung immer 80 Prozent auf der einen Seite und 20 Prozent auf der anderen Seite betragen muss.

Das Verhältnis kann durchaus auch 15/75 oder 33/90 betragen. Auf keinen Fall ergibt die Summe beider Zahlen automatisch 100 Prozent, da wir immer zwei verschiedene Datensätze betrachten.

Von Bedeutung ist, dass eine sehr unausgewogene Verteilung besteht.





Wie findet man diese 20 Prozent, die 80 Prozent der Ergebnisse erzielen?



Keine schlechte Frage.

Durchschnittszahlen sind unbrauchbar, um zu vernünftigen Erkenntnissen zu kommen, da sie Tatsachen vernebeln und irreführend sind. Wenn Sie den Kopf im Ofen und die Füße in der Kühltruhe haben, geht's Ihnen im Durchschnitt gut...

Wir brauchen aber keine Antworten auf die falschen Fragen!

Wir müssen die richtigen Fragen stellen:

Dazu bedarf es einem Minimum an Kreativität!

Es ist sinnlos zu wissen, dass ein Teil der Kunden oder Produkte Verluste produziert.

Es ist wichtig zu wissen, welcher Teil Verluste produziert!

Und:

Die Zahlen müssen so lange in ihre Bestandteile zerlegt werden, bis sie uns etwas Sinnvolles erzählen und wir dadurch auch zu sicheren Erkenntnissen kommen.

Das ist weniger eine Fleißaufgabe, als viel mehr intelligente Herangehensweise.

Identifizieren Sie die Kostentreiber und kümmern Sie sich um die Dinge, die Ihren Gewinn steigern!

Dazu ein Beispiel:

Ermitteln Sie zuerst Ihren Gesamtumsatz und Ihre Kundenzahl! Schreiben Sie dann in der linken Spalte Ihre Kunden auf, absteigend nach Umsatz geordnet, oben also Ihr umsatzstärkster Kunde mit z. B. € 10.000, darunter der nächste mit € 9.200 usw.

Kumulieren Sie dann in der rechten Spalte die Umsätze Ihrer Kunden, also in der ersten Zeile € 10.000, in der zweiten Zeile € 19.200 usw.

Sie werden nicht lange aufschreiben müssen, um zu der Erkenntnis zu gelangen, dass etwa 20 Prozent Ihrer Kunden für etwa 80 Prozent des Umsatzes verantwortlich sind.

Wenn Sie beispielsweise 100 Kunden haben, schauen Sie dazu doch mal beim 20. Kunden nach, welcher kumulierte Wert in der rechten Spalte steht.

Überrascht?



Ein recht kleiner Teil Ihrer Produkte oder Ihrer Kunden erzeugt einen großen Teil Ihres Umsatz oder Ihrer Gewinne. Diese Erkenntnis ist vermutlich nicht neu, aber jetzt sicherlich greifbarer. Untersuchen Sie nun auf diese Art weitere Bereiche in Ihrem Unternehmen!

Wiederholen Sie diese Analyse mit Ihren Produktumsätzen, mit Ihren Produkterlösen, mit Ihren Kundengruppen, mit den Umsätzen Ihrer Verkäufer und hinterfragen Sie Ihre Strukturen und Maßnahmen! Führen Sie konsequent Veränderungen herbei!

Denn: Nur realisierte Lösungen sind gute Lösungen!

Belassen Sie es also nicht dabei, mit dem 80/20-Prinzip die 80 Prozent der niedrigen Produktivität oder geringen Wertschöpfung zu entdecken!

Reagieren Sie jetzt mit den richtigen Handlungen, um mit 20 Prozent Ihres Aufwands 80 Prozent Ihres Erfolgs zu erzielen!

- ☞ Wenn Sie einen Großteil Ihrer Gewinne mit wenigen Tätigkeiten oder einem kleinen Teil Ihrer Produkte und Leistungen erzielen, konzentrieren Sie sich zukünftig darauf, diesen kleinen Teil dramatisch auszubauen!
- ☞ Verlagern Sie die weniger produktiven Anstrengungen in Bereiche, die hochproduktiv sind und so einen ungleich höheren Nutzen bringen!
- ☞ Konzentrieren Sie sich auf die entscheidenden 80 Prozent und vernachlässigen Sie die unproduktiven 20 Prozent, indem Sie sich von den unrentablen 80 Prozent trennen und nur noch die wirkungsvollen 20 Prozent ausbauen!
- ☞ Stellen Sie sich monatlich folgende Frage:
„Wenn wir noch nicht in diesem Markt wären, würden wir dann heute eintreten?“
- ☞ Stellen Sie sich dabei ebenfalls die Frage, ob Sie heute ein neues lukratives Unternehmen realisieren könnten, dass sich nur aus den rentabelsten Bestandteilen Ihres jetzigen Unternehmens zusammensetzt! Wie würde sich dieses spezialisierte Unternehmen entwickeln, wenn Sie alle Ihre Anstrengungen und die Ihrer besten Mitarbeiter nur auf diese wenigen hochrentablen Bereiche konzentrieren würden?



☞ Verringern Sie Komplexität!

Ein Mensch macht einen Fehler, zwei Menschen machen vier Fehler und drei Menschen machen bereits neun Fehler. Die Komplexität einer Aufgabe wächst exponentiell zu der Anzahl der benötigten Schritte oder der Anzahl der an der Aufgabe Beteiligten. Mehr Komplexität bedeutet: mehr Zeit, mehr Kosten, mehr Abstimmung, mehr Aufwand, mehr Fehler. Komplexität bedeutet immer 80 Prozent des Aufwands für höchstens 20 Prozent des Erfolgs. Richtiges Delegieren ist wichtig, aber erledigen Sie manche Schritte besser selbst! Sie sparen Zeit für Erklärungen und verringern häufig bereits durch Ihren Einsatz in wenigen Minuten die Komplexität erheblich und nachhaltig.



☞ Schalten Sie bei jeder Aufgabe überflüssige Zwischenschritte aus!

Schaffen Sie unnötige Aufgaben bei der Produktion oder einer Dienstleistung ab! Jeder eingesparte Zwischenschritt verringert die Gesamtkomplexität dramatisch, verringert den Aufwand und erhöht Ihren Erfolg.

☞ Verabschieden Sie sich von der guten alten „Gemeinkostenlüge“!

Die besagt nämlich, dass die 80 Prozent Ihrer unrentablen Geschäftsbereiche doch einen so großen Beitrag zu den Gemeinkosten leisten. Nur: Diese Bereiche sind deshalb unrentabel, weil sie so viele Gemeinkosten verursachen!

☞ Vorsicht auch vor der beliebten Denkfalle der „sunk costs“!

Das ist die Summe aller Anstrengungen und Mittel, die man bis jetzt unwiederbringlich in einen Bereich oder ein Projekt gesteckt hat. Dieses Geld und diese Zeit sind weg! Auch wenn es manchmal sehr schwer ist, von einmal getroffenen Entscheidungen abzuweichen oder Sie allen Mut zusammennehmen müssen, um ein Projekt sterben zu lassen: Lassen Sie bei Ihrer (regelmäßigen) Prüfung, ob Sie investieren oder sich engagieren wollen, außer Acht, was Sie bereits investiert haben! Hoffen Sie nicht darauf, dass sich Ihre früheren Entscheidungen vielleicht doch irgendwann einmal als richtig herausstellen.



Fragen Sie sich nur, ob Geld und Zeit, die Sie jetzt und heute investieren, in Zukunft gute Gewinne bringen! Machen Sie nicht von allem ein bisschen! Funktioniert etwas besonders gut, konzentrieren Sie sich darauf und vervielfachen den Einsatz! Setzen Sie alles auf eine Karte – aber auf die richtige!



Konkrete und wirkungsvolle Maßnahmen nach dem 80/20-Prinzip

- ☞ Ermitteln Sie Ihre Hauptkunden!
- ☞ Konzentrieren Sie sich auf die 20 Prozent Ihrer Kunden, die 80 Prozent des Umsatzes machen!
- ☞ Tun Sie alles, um diese Kunden zufrieden zu stellen! Sie können nicht mit 100 Prozent Ihrer Kunden reden, aber sprechen Sie regelmäßig mit den wichtigsten 20 Prozent, um deren Bedürfnisse wirklich genau zu verstehen!
- ☞ Überprüfen Sie Ihre Produkte und straffen Sie Ihre Produktpalette! Sie haben schließlich keinen Bauchladen.
- ☞ Entwickeln Sie zusammen mit Ihren wichtigsten Kunden neue innovative, aber vor allem nützliche Produkte oder Dienstleistungen! Im Markt fällt nur auf, wer gute Ideen hat.
- ☞ Bündeln Sie Ihre Marketing- und Verkaufsanstrengungen dort, wo Sie den wenigen lukrativen und profitablen Kunden etwas ganz Besonderes bieten können! Konzentrieren Sie sich auf einige wenige wirkungsvolle Guerilla-Marketing-Maßnahmen, also Maßnahmen, die deutlich mehr Geld bringen als sie kosten.
- ☞ Finden Sie heraus, welche Maßnahmen für Ihr Geschäft am wirkungsvollsten sind! Viel Geld in Werbung stecken kann jeder. Aber mit wenig Geld große Erfolge erzielen, dazu gehört Know-how, Erfahrung und konsequente Anwendung des 80/20-Prinzips.
- ☞ 80/20-Denken bedeutet Konzentration auf das Wesentliche. 80/20 bedeutet, Konzentration auf profitable Produkte, Dienstleistungen oder Geschäfte. 80/20 bedeutet Dinge zu tun, bei denen man wesentlich mehr herausbekommt als man hineinsteckt.





☞ Bauen Sie Ihre berufliche / persönliche Stärken aus!

- Was sind die besonderen Talente und Kernkompetenzen?
- Was sind die einträglichsten Produkte/Dienstleistungen?
- Was sind die Kernkompetenzen der Firma?
- Was sind die einträglichsten Kunden?
- Was sind die erfolgreichsten Marketingmethoden?
- Was sind die besten Gelegenheiten, den Umsatz zu steigern?
- Übernehmen Sie mehr Aufgaben in Bereichen, in denen Sie gut sind!



☞ Bauen Sie berufliche / persönliche Schwächen ab!

- Was sind die Tätigkeiten, die einem nicht liegen?
- Welche Produkte / Dienstleistungen laufen schlecht?
- Welche Kunden machen wenig Umsatz?
- Welche Kunden verursachen hohen Aufwand?
- Übernehmen Sie weniger Aufgaben, in denen Sie nur mittelmäßige oder sogar schlechte Ergebnisse erzielen!

Resultat:

Die Beiträge, die Sie leisten, werden wertvoller – der Mehrwert nimmt zu.

Effektiv zu arbeiten heißt, unter Einsatz aller Mittel ein Ziel zu erreichen, **effizient** zu arbeiten hingegen bedeutet, ein Ziel mit möglichst geringem Mitteleinsatz zu erreichen.

Peter Drucker (1909 – 2005, Pionier der modernen Managementlehre) definiert **Effektivität als Wirksamkeit** und **Effizienz als Leistungsfähigkeit**. Eine weitere Definition: Effektivität ist, *die richtige Sache zu tun*, und Effizienz bedeutet, *die Sachen richtig zu machen*.

In jedem Bereich muss ich die wichtigsten Handlungen bestimmen, die in kürzester Zeit die besten Ergebnisse erzielen.

Wichtige Frage am Anfang jeder Aktivität:

Würde ich mit meinem heutigen Wissen diese Aufgabe / Tätigkeit noch einmal übernehmen?

Denken Sie dann über jede Aufgabe lieber etwas länger nach!





Wichtige Fragen, die es zu beantworten gilt

☞ Was will ich erreichen?



Das Ziel unbedingt schriftlich fixieren und einen Termin bestimmen! Nur völlig klare Ziele sind erreichbar. Gerade in einem Team müssen Ziele allen Mitgliedern klar vor Augen stehen.

☞ Wie will ich es erreichen?



Verschiedene Wege ausgiebig prüfen und den besten auswählen! Die geplanten Maßnahmen schriftlich festhalten und auf Checklisten die einzelnen Schritte „abhaken“! Ich sehe so jederzeit wo ich stehe.
Durch das Aufschreiben beschäftige ich mich zudem intensiver mit der Aufgabe.

☞ Welche Priorität hat diese Aufgabe?



Nicht stumpfsinnig Prioritäten A, B und C vergeben, sondern darüber nachdenken, in welchem Verhältnis der Aufwand zum möglichen Erfolg steht!
Dient das, was ich tun will, dem unternehmerischen Ziel?

☞ Welche Voraussetzungen liegen zugrunde?



Sind die Annahmen gesichert, die meiner Handlung zugrunde liegen? Ist die Grundlage eine klare Marktanalyse oder Marktforschung, oder mutmaßen Sie aus dem „Bauch“ heraus?

☞ Was mache ich, wenn bestimmte Voraussetzungen falsch sind?



Wie verändert sich die Sache durch die geänderte Annahme? Haben Sie Alternativen? Macht die gesamte Aufgabe jetzt noch Sinn? Achten Sie immer darauf, was richtig ist und nicht darauf, wer Recht hat!

☞ Was mache ich, wenn die gesamten Voraussetzungen falsch sind?



Würde ich die Sache mit dem jetzigen Kenntnisstand noch einmal beginnen?
Es gehört viel Mut dazu, Projekte mittendrin sterben zu lassen.



Randbemerkungen zur Umsetzung des Pareto-Prinzips

☞ Übernehmen Sie Verantwortung!

Wer Verantwortung übernimmt, verzichtet auf Ausreden und versucht nicht laufend, die Schuld für den Lauf der Dinge bei anderen zu suchen.

Schluss mit der Jammer-Mentalität und der Opfer-Rolle!

Mit welchen Bereichen im Leben / im Unternehmen sind Sie nicht zufrieden?

Selbstverantwortung ist der wichtigste Schritt hin zu mehr Kontrolle über das eigene Leben.

Hören Sie auf, andere für Ihr Leben verantwortlich zu machen!



Ähnlich wie ein Unternehmer stehen Sie an der Spitze Ihrer „eigenen Firma“ und übernehmen die Verantwortung für Ihr Produkt: Ihre Arbeitskraft und Ihre Dienstleistung. Warten Sie nicht, bis jemand etwas mit Ihnen anstellt, sondern kontrollieren Sie Ihr Leben!

☞ Vereinfachen Sie jede Tätigkeit!

Verabschieden Sie sich von jeder Tätigkeit, deren Zeitaufwand in keinem

Verhältnis zum Nutzen steht, den Sie daraus ziehen! Weniger wertvolle Tätigkeiten werden delegiert oder ganz sein gelassen, was häufig noch nicht einmal auffällt – weil die Tätigkeiten halt nicht wertvoll waren.



☞ Nutzen Sie das Wissen Ihrer Mitmenschen!

Anstatt Tage oder Wochen zu versuchen, sich selbst Kenntnisse anzueignen oder Wissen zu recherchieren, greifen Sie lieber auf Spezialisten und Experten zurück! In der dadurch eingesparten Zeit erreichen Sie durch Konzentration auf Ihre Stärken ein Vielfaches.



☞ Lernen Sie aus den Erfolgen und Erfahrungen anderer!

Definieren Sie, was für Sie selbst Erfolg bedeutet und beinhaltet! Studieren Sie auch mal, wie andere erfolgreiche Menschen ihren Erfolg herbeigeführt haben!

Lernen Sie aus deren Fehlern, um selbst aufwändige Fehler und Irrtümer zu vermeiden!

Häufig sind das Scheitern anderer Menschen und die Schlüsse, die man daraus ziehen kann, wertvoller und dienen als bessere Beispiele, als unendliche und häufig selbstverliebte „Erfolgsgeschichten“.



☞ Beobachten Sie andere Ideen!

Durch Lesen und permanente Weiterbildung stoßen Sie auf immer weitere

Informationen und Ideen, die Ihre Fähigkeiten erweitern und neue Geschäftsideen aufzeigen.





☞ **Umgeben Sie sich mit den richtigen Leuten!**

Lernen Sie viele Leute kennen, die Sie bei Ihren Tätigkeiten unterstützen oder einen positiven Einfluss darauf haben! Aber: Lernen Sie auch zu filtern!



Bauen Sie ein Netzwerk auf, stellen Sie neue Kontakte her, pflegen Sie diese und machen Sie sich Ihre Bekanntschaften zu nutze!

☞ **Fassen Sie nur die besten Leute zu einem Team zusammen!**

Gute Teams erreichen in der Summe mehr, als jeder einzelne für sich. Die Fähigkeiten der Teammitglieder ergänzen sich. Wichtig ist das Umfeld, in dem sich alle Teilnehmer auf ihre Aufgaben konzentrieren können und in dem Kreativität und Kommunikation wächst und gedeiht.



☞ **Schreiben Sie alles genau auf!**

Schreiben Sie Ihre Ziele, Aufgaben und die geplanten Maßnahmen konkret und überprüfbar auf! Aufgeschriebene Ziele sind Ziele zum Anfassen und zeigen uns deutlich und bildhaft den Weg auf, den wir zum Erreichen des Ziels einschlagen müssen. Setzen Sie konkrete Termine (Meilensteine), an denen bestimmte Zwischenziele erreicht sein müssen! Setzen Sie sich auch mal knappe, enge Termine:



Die meisten Menschen werden erst kurz vor Ablauf einer Frist richtig aktiv.

☞ **Arbeiten Sie konzentriert eine Aufgabe nach der anderen ab!**

Aufgaben werden nach Prioritäten geordnet und gebündelt. Mit den wichtigsten beginnt man und führt diese Aufgabe konzentriert zu Ende, ohne sich von anderen Dingen ablenken zu lassen. Erledigen Sie immer gleichartige Aufgaben in einem Rutsch, also alle eMails beantworten, alle Bewirtungsbelege ausfüllen, alle Tankbelege sammeln oder Telefonate führen!



Ab der zweiten gleichartigen Aufgabe erledigt sich der Rest durch die Routine immer schneller und Sie sparen deutlich Zeit, als wenn laufend Aufgaben gemischt werden und Sie sich jedes Mal wieder in die „neue“ Aufgabe hineindenken müssen.

☞ **Übernehmen Sie Aufgaben, die Sie besser können als andere!**

In den Bereichen Ihrer Stärken erledigen Sie Aufgaben deutlich schneller und erfolgreicher als die weniger erfahrenen Kollegen oder Mitbewerber. Dinge die man kann, fallen leicht und machen Spaß.





☞ **Treten Sie einen Schritt zurück und werden externer Beobachter!**

Wenn nichts mehr geht, treten Sie einen Schritt zurück und fragen Sie sich, ob es nicht auch anders geht! Ermitteln Sie die objektiv beste Richtung, und scheuen Sie nicht davor zurück, den bisherigen Ansatz als falsch zu erkennen!



☞ **Sagen Sie „Nein“ zu jeder Form der Zeitverschwendung!**

Lehnen Sie Aufgaben ab, die sich nicht mit Ihren Zielen vertragen und die nur Ihre Zeit verschwenden!



☞ **Setzen Sie Ihren Plan um!**

Beginnen Sie Ihren Plan abzuarbeiten! Viele Menschen scheitern an der Umsetzung der sich selbst gesetzten Ziele, weil sie einfach nicht den ersten Schritt machen.

Erledigen Sie täglich einen noch so kleinen Teil Ihres Plans, damit sich eine wiederkehrende Gewohntheit ergibt! Die meisten großen Ziele werden nicht mit wenigen revolutionären Schritten erreicht, sondern mit kleinen evolutionären Schritten.

Die meisten Menschen überschätzen, was sie in einem Jahr erreichen können, aber unterschätzen, was man in fünf Jahren erreichen kann.



☞ **Liefere Sie Ergebnisse!**

Letztendlich zählt nur das Ergebnis Ihrer Aufgaben, nicht die dafür verwandte Arbeitszeit oder Perfektion der Planung!



☞ **Setzen Sie sich Ziele!**

Sowohl privat als auch beruflich: Machen Sie Träume zu Wünschen – und Wünsche zu Zielen! Siedeln Sie Ihre Ziele so an, dass sie für Sie / für Ihr Unternehmen erreichbar sind!



Übrigens:

Umsatz ist das Ergebnis von Umsetzung.

Und Erfolg heißt, dass vorher etwas erfolgt ist.

Das wünschen wir Ihnen!



Literatur

Richard Koch: „Das 80/20-Prinzip. Mehr Erfolg mit weniger Aufwand.“

Campus Verlag, ISBN: 3593374560



Auszug aus dem Inhaltsverzeichnis:

- ☞ Unternehmenserfolg muss kein Zufall sein
- ☞ Fehler in der Strategie
- ☞ Je einfacher, desto besser
- ☞ Die richtigen Kunden finden
- ☞ Erfolg durch die „wenigen Wesentlichen“
- ☞ Weniger arbeiten, mehr verdienen und Spaß haben
- ☞ Frei sein
- ☞ Sie bekommen, was Sie erwarten
- ☞ Intelligent und faul
- ☞ Die sieben Glücksgewohnheiten



Meine persönlichen Notizen





keller ! consulting

Paul-Böhm-Str. 73

D-24539 Neumünster

fon +49 43 21 – 4 74 11

fax +49 43 21 – 97 34 49

info@kellerconsulting.de

www.kellerconsulting.de