

# PHASENMODELL

## Schwachstellenanalyse unter Berücksichtigung aktueller Fälle aus der Praxis und dem „State of the Art“

1. Aufarbeitung von
  - Theorie und
  - Fällen aus der Praxis

### 1. PHASE

Analyse der Problemstellung

### 2. PHASE

Identifikation der drei zu untersuchenden Kriterien

Geschäftsfelder (Produkte)

Organisationseinheiten

Regionen

### 3. PHASE

Erhebung der relevanten Daten

interne Dimension

externe Dimension

Forschung und Entwicklung  
Produktion  
Marketing und Vertrieb  
Service

Integration von Korruptionsindizes:

- Checkliste zur Bestimmung
- Attraktivität d. Geschäftsfelder
  - Stärken d. Geschäftsfelder

- Checkliste zur Identifikation
- von kritischen Teilaktivitäten

- CPI
- BPI
- GCB

### 4. PHASE

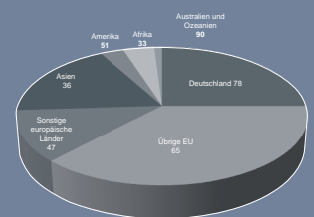
Auswertung der separierten Kriterien

externe Dimension

- Attraktivität der Geschäftsfelder vom Unternehmen nicht kontrollierbar

- Rankings der kritischen
- Geschäftsfelder
  - Organisationseinheiten
  - Regionen

Indikatoren	--	-	o	+	++
F & E Technologischer Reifegrad Patente Time-to-market					
Produktion Größe der Eigenherstellung Kapazität Standort					
Marketing und Vertrieb Interessität und Qualität der Werbung Markenwert Vertriebskanäle					



interne Dimension

- Stärken der Geschäftsfelder vom Unternehmen kontrollierbar

### 5. PHASE

Fusion der Ergebnisse

## IDENTIFIKATION DER KORRUPTIONSHERDE

