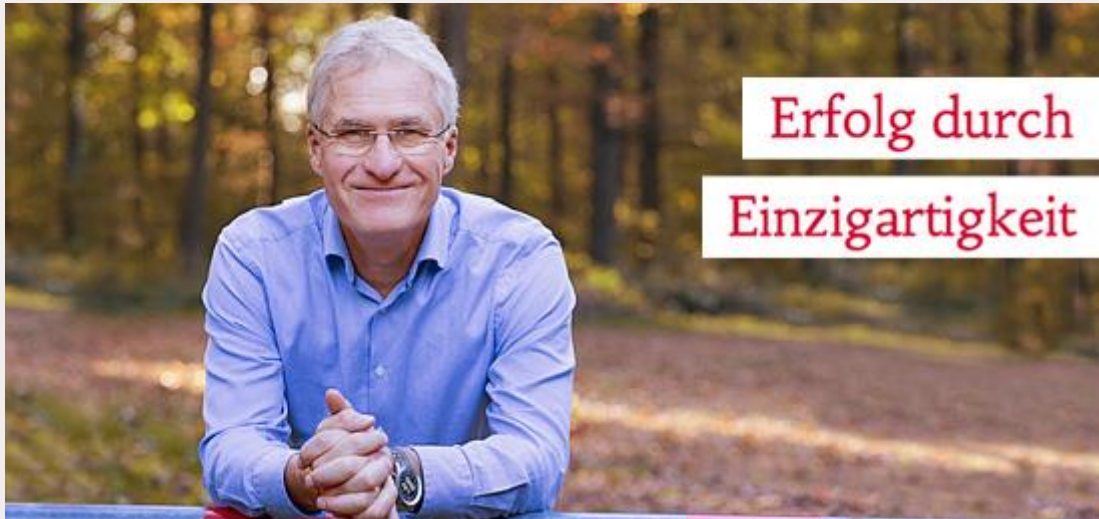


Strategieletter 10

Sommer 2021



In diesem Strategieletter geht es um die Ermittlung des Strategischen Engpasses in volatilen Zeiten mit Hilfe der **Strategischen Bilanz**

Die Strategische Bilanz ist ein Instrument der ganzheitlichen Unternehmensanalyse und der "Erfolgssteuerung vor den Zahlen", die sich in meiner Praxis bei über 100 Unternehmen bewährt hat.

Ausgehend vom Markt werden in der Strategischen Bilanz wesentliche Erfolgsfaktoren schnell und komprimiert miteinander in Beziehung gesetzt und ganzheitlich bewertet. Der Saldo zeigt die momentane Gewinnfähigkeit und "Lebenskraft" Ihres Unternehmens. Gleichzeitig wird der Strategische Engpass sichtbar, der der weiteren Unternehmensentwicklung im Wege steht. Diesen für die Post-Corona-Zeit zu lösen ist meines Erachtens von entscheidender Bedeutung.

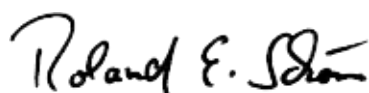
Auf jeden Fall möchte ich Sie wieder zum Nachdenken auffordern, inwieweit Ihre Unternehmensvision und -strategie aktuell noch zukunftsorientiert sind.

Ich freue mich, wenn Sie aus diesem **10. Strategieletter** wieder Denkanstöße für Ihre Unternehmenszukunft erhalten. Denn bekanntlich kann ein Tag Nachdenken mehr bringen als ein Monat harter Arbeit.

Ich bedanke mich bei Ihnen für Ihr Vertrauen und dass Sie mein Erfahrungswissen weiterhin nutzen wollen.

Beste Grüße bis zum nächsten Mal!

Ihr



Ohne Mitarbeiter ist alles nichts.

Sechs Erfolgsfaktoren, wie eine Strategie erfolgreich aufgeht.

Einbindung aller Mitarbeiter, klare Kommunikation, hohe Verpflichtung der Führungskräfte - diese Themen stehen ganz oben auf der Agenda, wenn Strategien Realität werden sollen. Das zeigt eine Umfrage, die ich einige Zeit vor der Corona-Pandemie unter rund 40 Unternehmern und Geschäftsführern, die mittelständische Unternehmen leiten, gemacht habe.

Ich möchte in diesem Strategieletter zunächst nur zwei von diesen sechs Erfolgsfaktoren vorstellen, weil diese aus meiner Sicht für alle Entscheider wichtig sind, die jetzt in der Post-Corona-Zeit eine neue Strategie entwickeln wollen oder müssen.

Erfolgsfaktor 1: Wer seine Mitarbeiter von Anfang an in den Strategie-Prozess einbindet, hat die besten Chancen, dass die Umsetzung gelingt.

Erfolgsfaktor 2: Die Kommunikation muss einfach und verständlich sein. Die Vision hinter der Strategie ist emotional zu vermitteln, die Ziele sind klar zu formulieren und in handlungsleitende Umsetzungsregeln zu übersetzen.

Erfolgsfaktor 3: Chef und Führungskräfte sollten strategisches Denken und Handeln im Tagesgeschäft vorleben, sowie die konsequente Anwendung der vier Prinzipien der MEWES-Strategie. Sie müssen selbst voll hinter den Zielen der neuen Strategie stehen.

Erfolgsfaktor 4: Die Fortschritte eines Strategieprozesses sind einer genauen und regelmäßigen Erfolgskontrolle zu unterwerfen. Dabei geht es um objektive Messgrößen der „Key Performance Indicators“ (KPI), Termintreue und Meilensteine, aber auch um die immaterielle Erfolgssteuerung „vor den Zahlen“.

Erfolgsfaktor 5: Im operativen Geschäft darf die langfristige Perspektive einer Strategie nicht verloren gehen. Dazu ist es notwendig, sich temporär aus dem Alltag zu lösen, um konsequent bei der Umsetzung einer Strategie am Ball zu bleiben.

Erfolgsfaktor 6: Eine Strategie sollte immer den Nutzen für die originäre Zielgruppe eines Unternehmens und die dabei entstehenden Marktchancen im Auge behalten. Die Treiber künftiger Entwicklungen sind konsequent zu berücksichtigen.

Zusammenfassung: Wichtigste Aussagen der Befragten zu den Erfolgsfaktoren.

Erfolgsfaktor 1: Wer seine Mitarbeiter von Anfang an in den Strategie-Prozess einbindet, hat die besten Chancen, dass die Umsetzung gelingt.

Die Umsetzung einer Strategie beginnt bereits, wenn die Ziele erarbeitet werden.

Strategien sind nicht nur Chefsache: Für die neuen Ziele sind alle Mitarbeiter zu begeistern. Dazu ist es nötig, die Strategie auf jede Hierarchieebene eines Unternehmens herunterzubrechen, damit alle Beteiligten verstehen, was von ihnen erwartet wird. Schwierigkeiten treten auf, „wenn die operativen Einheiten nicht schon in der Entwicklungsphase mit an Bord sind.“ Gefragt seien „Geduld und Beharrlichkeit“, damit die Mitarbeiter den neuen Weg verinnerlichen - und nicht in der „Wohlfühlücke“ bleiben, weil sie von Veränderungen nichts wissen wollen („innere Kündigung“). Immer seien es die „menschlichen Faktoren, welche die Umsetzung erschweren.“ Dazu gehört auch: „Sich rechtzeitig von Mitarbeitern trennen, die den gemeinsamen Weg nicht gehen wollen.“

Erfolgsfaktor 6: Eine Strategie sollte immer den Nutzen für die Zielgruppe eines Unternehmens und die dabei entstehenden Marktchancen im Auge behalten. Die Treiber künftiger Entwicklungen sind konsequent zu berücksichtigen.

Eine auf „sofortigen Erfolg programmierte Denkweise“ verhindert strategisches Handeln.

Läuft der Strategieprozess zu langsam, kann sich das Marktumfeld bereits wieder verändert haben - und die ursprünglich positiven Maßnahmen verlieren an Durchschlagskraft. Daher sind die Reaktionen der eigenen Zielgruppe genau zu registrieren, ein Indikator kann das Neukundengeschäft sein, bzw. Reklamationen und die Abwanderung von Kunden. Ein ständiger Dialog mit der Zielgruppe ist nötig, um eine sichere Datenbasis über ihre Bedürfnisse, Wünsche und Engpässe zu gewinnen. Dann gilt: „Bei guter strategischer Arbeit sollte die Organisation relativ erfolgreich im Wettbewerbsumfeld sein.“

--> Fortsetzung im nächsten Strategieletter.

Aktuelles, Tipps, Termine

1. Neue Webseite geht online

Darf ich vorstellen? Meine neue Webseite! Mit frischem Content.

Und dem Motto: „Damit Ihre Visionen durch Strategie Realität werden. Nachhaltig.“

Ich freue mich, Ihnen meine neue Website präsentieren zu können. Diese ist, viel stärker noch als in der Vergangenheit, konsequent auf drei methodisch aufeinander abgestimmte Prozesse sowie meine Spezialisierung ausgerichtet: 1. Visionen kreativ entwickeln, 2. Strategie erarbeiten und auf den Weg bringen und 3. Strategie wirksam umsetzen. Denn: Vision ist gewünschte Zukunft. Strategie aber gemachte Zukunft!

Mehr dazu unter www.rolandschoen.de

Über Verbesserungsvorschläge, Lob und Kritik freue ich mich.

Wenn Sie für die Post-Corona-Zeit Ihre Strategie auf den Prüfstand stellen wollen, empfehle ich Ihnen meine neue Strategieanalyse:

Strategieanalyse - Roland Schön (rolandschoen.de)

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Stöbern auf meiner neuen Webseite.

2. Zertifikat "Mewes-Strategie" - Roland Schön + Partner wird nach Prüfung ausgezeichnet.

Roland Schön + Partner hat kürzlich das „Mewes-Strategie“-Zertifikat für den Bereich „Ganzheitlicher Strategieprozess mit Erarbeitung eines schriftlichen Strategiekonzeptes“ erhalten. Durch eine Prüfung wurde der Nachweis erbracht, dass sich unsere Beratungsdienstleistung an die grundlegenden Werte und Prinzipien der Mewes-Strategie zum Nutzen unserer Auftraggeber hält.

Kriterien für zertifizierte Unternehmen

Das Handeln der zertifizierten Unternehmen spiegelt in jeder Hinsicht die grundlegenden humanitären Werte und die Prinzipien der Mewes-Strategie wider. Diese sind zu den folgenden Selbstverpflichtungen formuliert:

1. Kundennutzen
2. Transparenz
3. Verlässlichkeit
4. Aktualität und Innovation

Die Selbstverpflichtung für den Faktor „Kundennutzen“ lautet zum Beispiel:

„Wir übernehmen nur Aufgaben, für die wir qualifiziert sind, die unseren Kunden, Partner bzw. Mitgliedern einen echten Nutzen und Mehrwert bieten und die unsere wirtschaftliche Existenz sichern. Diese Zielsetzung zum Nutzen für alle Beteiligten wird durch eine sorgfältige Auftragsklärung erreicht. Unser Bestreben ist eine ausgewogene Beziehung, bei der das Interesse unserer Auftraggeber im Vordergrund steht. Die Gemeinschaftsaufgabe besteht insbesondere darin, durch Arbeitsteilung und Kooperation die Aufgabenstellungen und Probleme gemeinsam besser zu lösen“.

Weitere Infos zu den Zertifizierungskriterien unter:
Zertifiziert werden - Mewes Strategie Zertifikat (mewes-strategie.de)

Darf ich vorstellen? Meine neue Webseite! Mit frischem Content.
Mit dem Motto: „Damit Ihre Visionen durch Strategie Realität werden. Nachhaltig.“

Ich freue mich, Ihnen meine neue Website präsentieren zu können. Diese ist, viel stärker noch als in der Vergangenheit, konsequent auf drei methodisch aufeinander abgestimmte Prozesse sowie meine Spezialisierung ausgerichtet: 1. Visionen kreativ entwickeln, 2. Strategie erarbeiten und auf den Weg bringen und 3. Strategie wirksam umsetzen.

Denn: Vision ist gewünschte Zukunft. Strategie aber gemachte Zukunft!

Mehr dazu unter www.rolandschoen.de

Über Verbesserungsvorschläge, Lob und Kritik freue ich mich.

Wenn Sie für die Post-Corona-Zeit Ihre Strategie auf den Prüfstand stellen wollen, empfehle ich Ihnen meine neue Strategieanalyse:

Strategieanalyse - Roland Schön (rolandschoen.de)

Ich wünsche Ihnen viel Spaß auf meiner neuen Webseite.

3. Nachhaltigkeit als integralen Bestandteil der Unternehmensstrategie

Falls Sie sich aktuell mit dem Thema „Nachhaltigkeit“ als integralen Bestandteil der Unternehmensstrategie auseinandersetzen wollen und wissen möchten, welche fünf Stufen ein Unternehmen erklimmen muss, um für zukunftsfähiges Geschäftsmodell zu entwickeln, dann empfehle ich Ihnen den folgenden Strategieletter zum Runterladen:

Strategieletter-5-Nachhaltigkeit-als-integraler-Bestandteil der Unternehmensstrategie.pdf

