

Aus der Gegenwart lernen: Aktualisiere deine bestehende Strategie

Aufgrund der sich aktuell rasch ändernden technologischen Umwelt ist es unausweichlich, dass du deine bestehende Strategie regelmässig überprüfst. Damit du eine (neue) Strategie entwickeln kannst, musst du zuerst wissen, wie deine aktuelle Strategie aussieht. Hast du überhaupt eine Strategie? Wenn nein, wird es höchste Zeit, dass du eine entwickelst!

Im Rahmen unserer [Blogserie](#) zum Thema «Strategieentwicklung» befassen wir uns heute mit der Analyse deiner bestehenden Strategie, dem 1. Blog der Serie.

Hast du überhaupt eine Strategie?

Bevor es zur Analyse deiner bestehenden Strategie geht musst du dich zuerst fragen, ob dein Unternehmen überhaupt eine Strategie hat. Auf den ersten Blick klingt diese Frage banal, bei genauerem Hinschauen entdeckst du aber vielleicht, dass du tatsächlich keine oder nur eine schlecht definierte Strategie hast. Und nein, "wir wollen wachsen" ist keine Strategie.

«Our goals can only be reached through the vehicle of a plan. There is no other route to success. »

- Pablo Picasso

Ein häufiges Problem bei einer Strategie ist ein fehlendes gemeinsames Verständnis, was denn nun eigentlich die Strategie ist. Es muss klar definiert sein, was die Strategie beinhaltet und wie in welchen Situationen agiert werden soll.

Ein anderer sehr verbreiteter Umstand ist, dass eigentliche eine Strategie vorhanden ist (unabhängig ob aktuell oder nicht), diese aber nur einem kleinen Kreis bekannt ist. Wenn nur das Management oder sogar nur der Geschäftsführer die Strategie kennt, wie wollen sollen denn die Mitarbeitenden danach handeln können?

Du musst dich intensiv mit deiner Strategie auseinandersetzen – was ist gut und was ist weniger gut an der aktuellen Strategie. Schliesslich ist es auch essenziell, dass deine bestehende Strategie gut und verständlich kommuniziert ist. Ansonsten ist es nicht überraschend, dass nicht jeder in deinem Unternehmen dasselbe unter deiner Strategie versteht. Um den aktuellen Stand deiner Strategie beurteilen zu können, brauchst du zudem klare und messbare Ziele. Damit kannst du jederzeit klar sagen, ob dein Handeln im Sinne der Strategie ist.



Mit diesem Tool analysierst du deine bestehende Strategie

Damit du deine bestehende Strategie analysieren kannst, empfehlen wir dir ein spezifisches Tool: Die Hambrick-Fredericksons-5-Elemente-Analyse, die wir dir bereits in einem [früheren Beitrag](#) ausführlich vorgestellt haben. In diesem Beitrag möchten wir mehr auf die Anwendung der 5-Elemente-Analyse zu sprechen kommen und dir zeigen, wie du mit ihr deine bestehende Strategie analysieren kannst.

Zur Erinnerung, die 5-Elemente-Analyse hat ihren Namen aufgrund der folgenden fünf Elemente:

- Zeit
- Arenen
- Differenzierung
- Methoden der Unternehmensentwicklung
- ökonomische Logik

Alle fünf Elemente sollten miteinander zusammenspielen und harmonieren. Wenn sie dies tun, kannst du dir sicher sein, dass deine Strategie in sich konsistent ist.

So analysierst du deine Strategie

Notiere dir zu allen fünf Elementen, wie deine Unternehmensstrategie in diesem spezifischen Bereich aussieht. Beispielsweise kannst du dich bei den Arenen fragen, welche Produktkategorien und Marktsegmente du bedienst. Oder wie deine Kernkompetenzen deine Wertschöpfungs-Ebenen beeinflussen? Wie sieht deine Wertschöpfungskette aus, in welchen Regionen produzierst du? Je detaillierter du dir diese Fragen stellst, desto besser kannst du dein Unternehmen und deine Strategie analysieren.

Besonders wichtig ist, dass du dir überlegst, worin deine Differenzierung besteht. Ansonsten bist du nur einer von vielen in deiner Branche. Mit einer gewissenhaften Durchführung der 5-Elemente-Analyse prüfst du, ob sich deine 5 Elemente der Strategie gegenseitig verstärken. Nur so wirst du den maximalen Output aus deinen eingesetzten und zur Verfügung stehenden Ressourcen erzielen können.

Das Analysieren deiner Strategie anhand eines Beispiels

Stell dir vor, du hast ein Unternehmen im Bereich der Holzverarbeitung. Obwohl dein Unternehmen gut läuft, stellst du bei der Analyse der ökonomischen Logik fest, dass die Prozesse im Bereich der Durchführung eines Auftrags oder Projekts noch zu träge sind. Insbesondere die administrativen Prozesse rund um eine Projektdurchführung sind langsam und schlecht strukturiert. Hier herrscht Handlungsbedarf! Du musst in diesem Bereich dein Vorgehen anpassen, um deinem übergeordneten Ziel von z.B. höherem Profit und hoher Kundenzufriedenheit gerecht zu werden.

Der erste Schritt ist gemacht! Du hast dein Unternehmen analysiert und ein Potential entdeckt. Grundsätzlich gilt: Frage dich, aber auch deine Kunden, wie du es besser machen könntest. Feedback von Kunden ist ein zentraler Punkt und kann viel zur Entwicklung deiner Strategie. Lasse dich von anderen Unternehmen in anderen Branchen inspirieren. Sind manche Prozessschritte überhaupt noch nötig?

Ein Ansatzpunkt könnte sein, dass du dein Projektmanagement verbesserst. Dazu führst du ein professionelles Projektmanagement und entsprechende digitale Tools ein. Damit lassen sich diese Prozesse schneller und effizienter abwickeln.

Du hast nun dein Unternehmen analysiert, Felder für Verbesserung identifiziert und entsprechende Massnahmen getroffen. Eine Strategie besteht aus mehr als nur dem Ziel, mehr Profit zu erzielen. Denkbar wäre auch, dass du im Rahmen dieser Analyse feststellst, dass du noch in anderen Bereichen dein Unternehmen digitaler aufstellen kannst. Wie du siehst, es handelt sich um einen sich immer weiterentwickelnden Prozess. Neue Entwicklungen führen zu neuen Ideen, die wiederum Weiterentwicklungen zur Folge haben können.

Und wie immer gilt: Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit.

Ein erster Schritt zur Strategieentwicklung

Anhand des Beispiels sollte sich verdeutlicht haben, wie dir die 5-Elemente-Analyse bei der Analyse deiner bestehenden Strategie helfen kann. Darüber hinaus kann die 5-Elemente-Analyse dir erste Hinweise zur Entwicklung deiner Strategie geben, indem sie dir hilft dein Unternehmen strukturiert zu analysieren. Arbeitest du in allen 5 Bereichen auf dasselbe Ziel hin? In unserem nächsten Beitrag werden wir die Strategieentwicklung weiterverfolgen, indem wir Wertschöpfungsketten anschauen und dir aufzeigen, wie sie dich bei der Strategieentwicklung unterstützen.

Simplify your business. crossmind inc. www.crossmind.ch

Das war der 1. Blog unserer neunteiligen Blogserie. Und darauf kannst du dich noch freuen:

Die 9 Schritte zu deiner Strategie

