

Strategie-Check

Wirkungsbeziehung, Potential

Kurzbeschreibungen-Inhaltsangaben
zu Publikation

Autor: Jörg Becker

(erschienen im BoD Verlag)

Unabhängig von Größe, Branche oder Geschäftsfeld muss sich ein Unternehmen mit den gleichen „3-W“-Fragen auseinandersetzen:

1. *Wo steht es heute ?*
2. *Wo will es hin ?*
3. *Wie kommt es dorthin ?*

Wichtig ist, diese Reihenfolge einzuhalten. Denn: erst wenn das Reiseziel genau feststeht, sollte eine Entscheidung über geeignete Transportmittel getroffen werden, mit denen man am besten dorthin gelangen kann. Für einen Strategie-Check sollen in diesem Buch die vor allem die ersten beiden dieser W-Fragen im Blickpunkt stehen.

Strategisches Denken weckt auch das Denken in Alternativen. Der Strategie-Check soll dabei Hilfestellung bieten, diese zu erkennen und mit ihren Potenzialen auszuloten. Da der Rohstoff „Wissen“ zum wertvollsten gehört, was ein Unternehmen besitzt, muss dieser auch mit seinen strategischen Inhalten identifiziert und ausgeschöpft werden. Dabei gelingen wirksame Strategien besonders dann, wenn ihre Wurzeln im „Unternehmens-Gedächtnis“ fest verankert sind.

In Verbindung mit einer Wissensbilanz können mit dem Strategie-Check Freiräume für neue, kreative Lösungswege gefunden werden. Der Strategie-Check bestimmt den „kritischen Weg“, denn wenn man nicht weiß, wohin man geht, landet man sehr leicht anderswo !

- Geschäftsumfeld für wissensintensive Märkte
- Strategische Dimension „Intellektuelles Kapital“
- Gestaltungsfelder des Wissensmanagements ausloten
- Produkte mit „gefrorenem“ Wissen
- Turning Knowledge into Cash

- Strategiefrage: Ist Unternehmenswissen messbar ?
- Fiktives „Projekt-Unternehmen“ als Demo-Beispiel
- Strategischer Zukunfts-Rohstoff „Wissen“
- Vision und Leitbild
- Strategisches Gut „Wissen“
- Strategie und Ziele
- Bündelung Strategiefaktoren
- Für Demo-Beispiele verwendete Faktoren
- Strategische Prozessfaktoren
- Strategische Erfolgsfaktoren
- Cluster Strategische Prozessfaktoren
- GP-1: Leitbild - Unternehmensstrategie
- GP-2: Management of Change
- GP-3: Customer Relation Management
- GP-4: Marketingcontrolling
- Cluster Strategische Erfolgsfaktoren
- GE-1: Image und Bekanntheitsgrad
- GE-2: Marktattraktivität, Marktposition
- GE-3: Entwicklungspotenzial-Benchmarking
- GE-4: Leistungsqualität
- Cluster Strategische Humanfaktoren
- HK-1: Unternehmerische Kompetenz
- HK-2: Aus-, Weiterbildung, Fachqualifikation
- HK-3: Mitarbeiterzufriedenheit, -motivation
- HK-4: Wissensmanagement, -bilanzierung
- Cluster Strategische Strukturfaktoren
- SK-1: Informationssysteme, Anwendungen
- SK-2: Planungs- und Controlling-Toolbox
- SK-3: Frühwarn- und Risikokontrollsystem
- SK-4: Standortfaktoren
- Cluster Strategische Beziehungsfaktoren
- BK-1: Kunden- und Lieferantenbeziehungen
- BK-2: Unternehmenskommunikation
- BK-3: Kompetenznetzwerke
- BK-4: Logistikbeziehungen

- Wirkungsbeziehungen transparent machen
- Grundsätzliche Systematik
- Wie stark und schnell wirken Prozessfaktoren
- Wirkungsbeziehungen zwischen Clustern
- Zusammenfassung der Wirkungsstärken
- Zusammenfassung der Wirkungsdauer
- Ermittlung der Aktivsummen
- Ermittlung der Passivsummen
- Erfolgspotenziale ausloten
- Strategischer Ausblick auf Maßnahmenpotenziale



Der dynamische Wandel von wechselnden Umfeldbedingungen zwingt zum strengen Überdenken der Unternehmensziele, der Geschäftserwartungen und der Handlungsspielräume. In diesem Kontext kann eine konsequent gehandhabte Wissensbilanz zu einem hohen strategischen Gut reifen. Strategische Kernkompetenzen bilden die Wurzel für den Geschäftserfolg. Für den praktischen Alltag kommt es darauf an, die vorhandenen Kernkompetenzen nicht nur zu beschreiben und zu analysieren, sondern aus diesen Ergebnissen auch Konsequenzen für das konkrete Geschäft zu ziehen. Die in dem Buch in ihrer Funktionsweise dargestellten Potential-Portfolios können zur Entscheidungsunterstützung herangezogen werden.



Das Umfeld fährt mit auf dem Karussell des Wandels. Insofern ist es auch hilfreich, wenn beim Strategie-Check mit der Wissensbilanz gleichzeitig die hierin eingebauten Beziehungsfaktoren zwischen Unternehmen und Umfeld mit einbezogen werden. Von einem Strategie-Check auf Basis einer Wissensbilanz wird besonders die Entwicklung von Filter- und Selektionsfunktionen zu erwarten sein, damit die Zunahme der Informationsschwemme nicht zu isolierter

Kompliziertheit, sondern stattdessen zu entscheidungsrelevanten Informationen führt. Im Strategie-Check werden an einem Demo-Beispiel dynamische, ansonsten kaum überschaubare Wirkungsbeziehungen erfasst und danach gefragt, zwischen welchen Erfolgsfaktoren kommt es zu Wirkungsbeziehungen ? wie stark sind jeweils solche Wirkungsbeziehungen ? wie lange dauert es, bis ein Faktor seine Wirkung auf einen anderen ausübt ? Dabei kommt es weniger darauf an, nach Antworten mit dem Millimetermaß des Finanzcontrolling zu suchen: nicht alles, was wichtig ist, muss deshalb auch zu messen sein. Mit dem Strategie-Check sollen besonders kleine und mittlere wissensintensive Firmen angesprochen werden, die nicht über eigene Strategie-Stabsabteilungen verfügen können.

