
Strategie-Assessment

Autoren: Dr. Boris Karcher und Dr. Nick Dimler

Im folgenden Artikel wird Ihnen ein Leitfaden geboten, mithilfe dessen Sie Unternehmensstrategien unter tragbarem Aufwand entwickeln können.

I. Ist-Analyse

Im ersten Schritt sollte eine Unternehmensanalyse der letzten drei Jahre durchgeführt werden. Dafür betrachten Sie die Bilanzdaten der vergangenen drei Jahre, sodass Sie die Vermögens-, Kapital- und Ertragslage Ihres Unternehmens bestens nachvollziehen können.

Als Ergebnis erhalten Sie einen Überblick über die Auswirkungen der vergangenen Geschäftstätigkeiten. Möglicherweise entstehen an dieser Stelle bereits Diskussionen zwischen Geschäftsführung und einem Führungsteam (bestehend aus fünf bis sechs Mitarbeitern aus verschiedenen Abteilungen) zur Unternehmensentwicklung.

Des Weiteren sollten Trends und Veränderungen bezüglich Markt, Kunden und Wettbewerbern kurz analysiert und beschrieben werden.

Im nächsten Schritt werden alle Funktionsbereiche erfasst und mit Bewertungskriterien versehen, sodass Sie eine Stärken-Schwächen-Analyse durchführen können. Schon während dieser Analyse ergeben sich eventuell erste Verbesserungsvorschläge, welche erfasst werden sollten. Als Zwischenergebnis entsteht so Klarheit über die Ist-Situation Ihres Unternehmens.

Abschließend gilt es Maßnahmen zur Förderung der Stärken und Reduktion der Schwächen zu besprechen sowie deren Umsetzung einzelnen Verantwortlichen zuzuteilen.

II. Strategische Ausrichtung festlegen

Nun soll die strategische Ausrichtung Ihres Unternehmens erarbeitet und Maßnahmen zu dessen Realisation getroffen werden.

Zuerst sollte ein Leitbild beschrieben werden, welches die Unternehmensziele widerspiegelt. Außerdem sollten Ihre Mitarbeiter dahinterstehen können und eine Vorstellung davon bekommen, wohin sich Ihr Unternehmen entwickeln wird.

Definieren Sie die strategischen Ziele (z.B. Gewinn verdoppeln, Expansion ins Ausland etc.), aus welchen Kriterien abgeleitet werden können, sodass operative Ziele entstehen, welche auf jeden Funktionsbereich aufgespalten werden können.

Ferner bedarf es der Entwicklung einer Marktstrategie, (z.B. Kundenfeedback einholen, Wachstum in einzelnen Regionen verstärken etc.) dessen Verfolgung die strategischen und operativen Ziele mit sich bringt.

Für Expansionen ins Ausland oder für den Ausbau des regionalen Marktanteils muss eine Vertriebs- und Marketingstrategie ausgearbeitet werden, welche dem Unternehmen hilft, die angestrebten Umsätze zu erreichen.

Bestehen außerdem Möglichkeiten, betriebliche Prozesse effektiver zu gestalten, so sind entsprechende Maßnahmen einem Verantwortlichen zu übertragen.

Des Weiteren gilt es, sich ein Bild von der Ressourcenbeschaffung zu machen. Ist eine ausreichende Auswahl/Menge an Lieferanten vorhanden? Wird Arbeitskraft in Form neuen Personals oder externer Dienstleister benötigt?

III. Kalkulationen aufstellen

Unter der Annahme der Unternehmensfortführung und unter Berücksichtigung der Ist-Situation, der erarbeiteten Strategien, der berechneten Kennzahlen sowie der GuV sollte dann ein Finanzplan ausgearbeitet werden, sodass klar wird, wie sich Gesamtumsatz, -kosten, Materialeinsatz, Personalaufwand, sonstige Aufwände, Geschäftstätigkeit und Jahresüberschuss voraussichtlich entwickeln werden.

IV. Nachvollziehbare Dokumentation und Kommunikation

Abschließend werden die Ergebnisse verständlich dokumentiert und Strategien in einer letzten Besprechung verabschiedet.

Die Unternehmensstrategie sollte jedem Mitarbeiter vorgestellt werden. Außerdem kann sie Ihnen dabei helfen, Investoren von sich zu überzeugen.

Wir unterstützen Sie gerne bei der Analyse und Neuausrichtung Ihrer Unternehmensstrategie und stehen Ihnen für weiterführende Fragen jederzeit zur Verfügung.