

4. Instrumente und Methoden zur Strategieentwicklung

4.1 Einstimmung

- Viele Klein- und Mittelbetriebe leben von der Methode „Von der Hand in den Mund“, d.h. ohne konkrete Strategie und Planung.
- Strategie ist erwiesenermaßen die Daseinsvorsorge für Morgen.
- Wer nicht über die Zukunft nachdenken will, hat morgen keine mehr!
- Wer nichts verändern will, wird das verlieren, was er hat!
- Ein Strategiepapier setzt vier Basisanalysen (siehe nachfolgende Abbildung) und zwei Stärkenanalysen voraus:
 - Marktanalyse
 - Produkt-/Dienstleistungs-Analyse
 - Ausrichtungsanalyse
 - Innovationsanalyse
 - Mitarbeiterstärkenanalyse
 - Finanzstärkeanalyse.
- Methodisches Vorgehen bei der Strategieerarbeitung erzwingt Erfolg.
- Die Strategie ist in ein klares Zielsystem zu überführen.
- Aus den Zielen leiten sich die Planungsgrößen ab.
- Diese wiederum sind Voraussetzungen für eine schlüssige Kontrolle.

**Basisanalysen
und Stärke-
analysen**

Ausgangspunkt für eine Strategiefindung und -überprüfung sind sog. „**g-h-m-Analysen**“. Sie liefern Vergangenheits-, Gegenwarts- und Zukunftsinformationen über Gegebenheiten und Entwicklungen.

g-h-m-Analysen

g-Analysen: Was war **gestern**?

h-Analysen: Was ist **heute**?

m-Analysen: Was wird **morgen**?

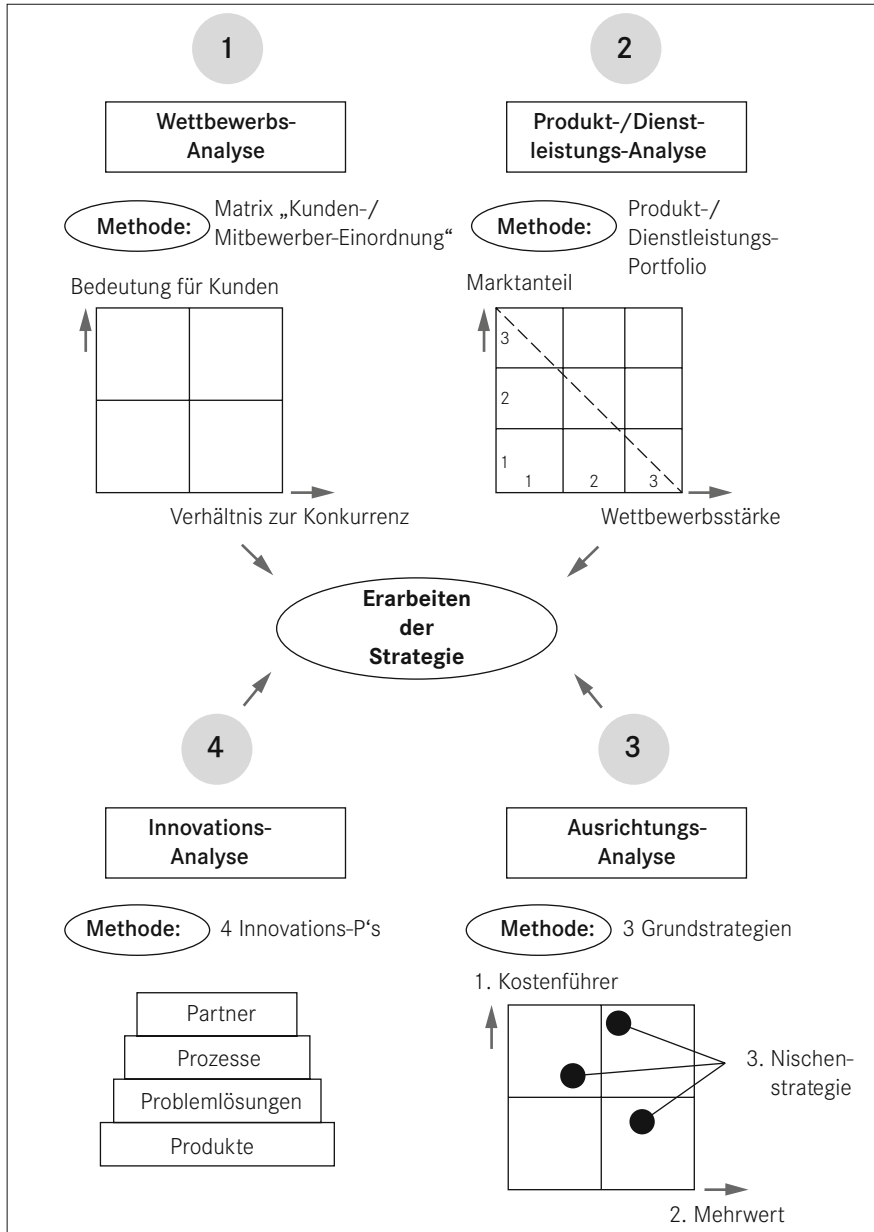
Handlungssituation

Als Malermeister mit ca. 15 Mitarbeitern sind Sie daran interessiert, für Ihren Betrieb ein Strategiepapier zu erarbeiten. Ihre zentrale Fragen lauten: Wie komme ich zu diesem Papier? Was muss ich tun, um die Strategie zu erarbeiten?



4.2 Basisanalysen als Grundlagen einer Strategieentwicklung

Bausteine für ein Strategie-Papier



Die Strategieentwicklung