



Eine gute Strategie gewährleistet nutzbringenden Ressourceneinsatz und Fokussierung der Kräfte. Ohne klare Strategie kommt es in der Praxis zu Verzettelung, Verschwendung von Energien und/oder unpassenden Ergebnissen. Beantworten Sie für Ihre Strategie daher die folgenden Fragen:

- Auf welchen Geschäftsfeldern werden wir agieren?
- Wo liegt der zentrale Nutzen für unsere Kunden?
- Welche nachhaltigen Wettbewerbsvorteile streben wir an?
- Welche Kernkompetenzen benötigen wir zur Umsetzung?
- Welche Stärken und Schwächen haben wir und wie sind diese in unserer Strategie zu berücksichtigen?
- Welche Trends können Marktveränderungen hervorrufen und wie werden wir darauf reagieren?
- Welche externe Unterstützung (Beteiligungen, Kooperationen usw.) streben wir zur Zielerreichung an?

### Bewährte Strategie-Ansätze zur Hilfestellung

1. Gestalten Sie verschiedene Szenarien, um die Überlebensfähigkeit Ihrer Strategie gegenüber externen Einflüssen zu verproben.
2. Entwickeln Sie aus Ihrer Strategie die Zielpyramide Ihres Unternehmens, um die Machbarkeit anhand Ihrer Ressourcen zu prüfen und eine Messlatte für das regelmäßige Controlling zu gestalten.
3. Nehmen Sie eine Plausibilitätskontrolle vor, überprüfen Sie eventuelle Engpässe und erstellen Sie einen Projektplan zur Umsetzung.

Beachten Sie dabei stets die folgende Grundregel:

- Das kurzfristige Überleben eines Unternehmens hängt von der Reichweite seiner finanziellen Mittel ab.
- Das mittelfristige Überleben eines Unternehmens hängt von seinem bisherigen Kerngeschäft ab.
- Das langfristige Überleben wird durch die Strategie gesichert, denn es kann drei bis sieben Jahre dauern, bis Sie die Ernte Ihrer neuen Vision einfahren.

### Die richtige Reihenfolge zum strategischen Erfolg

1. Schützen Sie Ihr Unternehmen vor finanziellen Engpässen.
2. Sichern Sie Ihr Bestandsgeschäft gegen den Wettbewerb.
3. Bauen Sie vorhandene Geschäftsmöglichkeiten aus.
4. Nutzen Sie diese Basis, um dann in neue, ertragreiche und zukunftsfähige Geschäftsfelder zu springen.