



Graphic Consult

Strategie zwischen Mythos und Realität



Strategie zwischen Mythos und Realität

Trägt eine fundierte strategische Positionierung zum Unternehmenserfolg bei oder fällt sie in den Bereich „nice to have“? Was zeigt die Praxis?

Mythos: Strategien sind hochkomplexe theoretische Gebilde, die wenig praktischen Nutzen bringen.

Realität: Gute Strategien zeichnen sich durch Einfachheit aus. Sie können in wenigen Sätzen beschrieben werden und müssen vor allem folgende Fragen eindeutig beantworten:

- ▶ Wofür steht unser Unternehmen?
- ▶ Wer sind unsere Kunden?
- ▶ Was erwarten unsere Kunden von uns?
- ▶ Welche Leistungen / welchen Service erbringen wir für unsere Kunden?
- ▶ Welche Ressourcen / welche Infrastruktur (Technik, Mitarbeiter, Organisation) benötigen wir dafür?
- ▶ Wie sieht unser Businessplan (Plan GuV) für die nächsten 3 Jahre aus?

Mythos: Ich habe unsere Strategie im Kopf, das reicht!

Realität: Eine Strategie ist nur dann erfolgreich, wenn alle Mitarbeiter sie kennen und leben. Nur dann kann sie erfolgreich zum Kunden hin wirken.

Strategie zwischen Mythos und Realität

Mythos: Über Strategien wird die Zukunft nicht planbarer.

Realität: Nach der Einschätzung „Planung ersetzt den Zufall durch den Irrtum“ mag dies richtig erscheinen. Aber aus Irrtümern kann man lernen. Die Praxis zeigt klar, dass Unternehmen mit eindeutigen strategischen Zielen erfolgreicher sind, auch wenn die Ziele nicht 1:1 erreicht werden.

Mythos: In Krisenzeiten kann man keine klare Strategie verfolgen bzw. entwickeln.

Realität: Unternehmen mit einer klaren Strategie sind in Krisenzeiten erfolgreicher als andere und gewinnen Marktanteile. Wer an dieser Stelle erst anfängt Strategien zu entwickeln wird wahrscheinlich scheitern.

Mythos: Strategien helfen in der derzeitigen Situation auch nicht. Der Markt ist einfach zu schlecht.

Realität: Allein durch ein strategisches Konzept ist ein schwieriger Markt nicht zu bezwingen, aber Sie müssen nicht besser sein als der Markt, sondern besser als Ihre Wettbewerber – und dazu dient die Strategie.

Mythos: Strategie ist ein rein qualitatives Thema, das man nicht festlegen oder messen kann.

Realität: In eine gute Strategie müssen viele qualitative / „weiche“ Faktoren einfließen. Aber erst mit den messbaren quantitativen Kriterien (Businessplan) ist sie komplett.



Dr. Wolfgang Jeschke – Dr. oec. publ., Dipl.-Kfm.

Management Consultant

Geschäftsführender Gesellschafter GC Graphic Consult

Beratungsschwerpunkte

Strategie, Organisation, Vertrieb, Sanierung, Mergers & Acquisitions



Graphic Consult

GC Graphic Consult GmbH
Weihenstephaner Straße 1
85716 Unterschleißheim/München
Deutschland

Tel: +49/(0)89/89 60 56 - 0
Fax: +49/(0)89/89 60 56 - 11
E-Mail: comcenter@GC-online.de
Internet: www.GC-online.de