

## Strategie-Kurz-Check

### „Wachstums-/Entwicklungsschwelle“

#### **Vorgehen zur Durchführung des folgenden Checks:**

1. Die „Untersuchungseinheit“ definieren (gesamte Firma/Firmengruppe bzw. entsprechende Geschäftseinheit)
2. Die Beurteilungskriterien (idealerweise gemeinsam im GF-Kreis bzw. im Obersten Führungskreis) Punkt für Punkt durchgehen und zu einer gemeinsame Einschätzung kommen.
3. Setzen Sie ein Kreuz in der entsprechenden Spalte.
4. Die Bewertungsskala reicht von **- 3** bis **+ 3**.
  - 3 bedeutet: der entsprechende Punkt ist bei uns sehr schlecht gelöst
  - +3 bedeutet: der entsprechende Punkt ist bei uns sehr gut gelöst
  - 0 bedeutet, der entsprechende Punkt ist bei uns „durchschnittlich“ (=mittelmäßig) gelöst
  - +1 bedeutet, besser als „durchschnittlich“ gelöst usw.Entsprechend liegen die anderen Werte, je nach Einschätzung irgendwo dazwischen.
5. **Wichtig:** Dieser Check beruht bewusst auf Ihrer persönlichen „Einschätzung“ und auf Ihrem „Bauchgefühl“. Sollten sich gravierende Differenzen bei der Bewertung in Ihrem Führungsteam ergeben, versuchen Sie zügig einen Konsens zu finden (z.B. durch Mittelwertbildung). Größere Differenzen in der Einschätzung sind natürlich Anlass, genauer zu hinterfragen, woher diese kommen und welcher Handlungsbedarf sich ggf. für die strategische Planung ableiten lässt.

<b>4</b>		<b>Wie gut sind die folgenden Kriterien bei uns gelöst?</b>							<b>4.3</b>
		schlecht gelöst				gut gelöst			
Nr.		-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	
1	Zielklarheit								
2	Konsens über Zukunftsentwicklung								
3	Ergebnisperspektive								
4	Führungsmannschaft								
5	Nachfolgeregelung, Generationsübergang								
6	Führungssystem								
7	Organisation (Aufbau-/Ablauf)								
8	Information, Kommunikation								
9	Steuerungssysteme betriebswirtschaftlich								
10	Steuerungssysteme Auftragsdurchlauf								
11	Fertigungstechnik								
12	Neue Technologien								
13	Produktions-/Angebotsprogramm								
14	Problemlöse-Vorsprung für Kunden								
15	Zielgruppen-Klarheit								
16	Absatzwege, Absatzmittler								
17	Marktsegmentierung								
18	Auslandsaktivitäten/Überregionale Aktivitäten								
19	Finanzstruktur, Liquidität								
20	Kostensituation								
21	Neukundengewinnung								
22	Kundennähe								