



15 wichtige Fragen für eine erfolgreiche Strategie

Erfolgreiches strategisches Management im Banking



Eine erfolgreiche Strategie zu finden, bedeutet, die richtigen Antworten für die Herausforderungen von morgen zu kennen. Damit dies gelingen kann, muss man heute die richtigen Fragen stellen. 15 der wichtigsten stelle ich Ihnen in diesem Artikel vor.

Nagib Mahfuz, ägyptischer Schriftsteller und einer der führenden Intellektuellen der arabischen Welt hat einmal gesagt „Ob ein Mensch klug ist, erkennt man an seinen Antworten. Ob ein Mensch weise ist, erkennt man an seinen Fragen.“ Von Johann Wolfgang von Goethe ist das Zitat überliefert „Wenn du eine weise Antwort verlangst, musst du vernünftig fragen“.

Für das strategische Management eines Unternehmens ist das Stellen der richtigen Fragen von hoher Bedeutung. Die Antworten, die man erhält, bestimmen die Richtung, die ein Unternehmen einschlagen soll und legen die Verteilung der Ressourcen fest.

15 Fragen zur Erarbeitung einer Erfolgsstrategie

Nachfolgend habe ich für Sie Fragen aufgelistet, deren Beantwortung Grundlage für die Erarbeitung einer erfolgreichen kundenorientierten Unternehmensstrategie ist. Einige der Fragen lassen sich konkreten Urhebern zuordnen. In diesem Fall habe ich den Namen erwähnt.

1. In welchem Geschäft sind wir wirklich tätig? (Ted Levitt)
2. In welchem Geschäft sind wir nicht tätig? (Michael Portersagte dazu einmal: Das Wesen der Strategie besteht darin, zu entscheiden, was man nicht tun will)
3. Sind wir für unser Geschäft relevant? Wie stellen wir sicher, dass wir in fünf Jahren noch relevant sein werden? In zehn Jahren?
4. Welches sind unsere Kunden? (Der Pionier des modernen Managements Peter Drucker hat es auf den Punkt gebracht: Der Sinn eines Unternehmens besteht darin, Kunden zu gewinnen und zu halten)

5. Wie halten wir unsere Kunden?
6. Wie gewinnen wir neue Kunden?
7. Über welche Stärken und Kapazitäten verfügen wir?
8. Welche Stärken und Kapazitäten müssen wir entwickeln?
9. Wie definieren wir den Erfolg, den wir erzielen wollen?
10. Wie wollen wir diesen Erfolg messen?
11. Welches sind die Regeln und Annahmen, unter denen wir arbeiten und was wäre, wenn das genaue Gegenteil einträte?
12. Gibt es einen Grund, an das Gegenteil dessen zu glauben, woran wir aktuell glauben?
13. Verändern wir uns genauso schnell wie die Welt um uns herum?
14. Welche potentiellen Megatrends könnten unser Unternehmen überflüssig machen?
15. Wie stellen wir sicher, dass unsere Strategie unsere Struktur bestimmt und nicht die bisherige Art und Weise wie unsere Bank strukturiert ist und ihre Ressourcen zuordnet unsere Strategie?

Strategisches Management ist wichtig

Strategisches Management bedeutet nicht Ersatz des Zufalls durch den Irrtum, wie manche Skeptiker immer noch glauben. Winston Churchill soll das mal über Planung gesagt haben. Natürlich ist eine erfolgreiche Strategie immer in die Zukunft gerichtet. Entschieden wird jedoch in der Gegenwart. Peter Drucker hat dazu bemerkt: „Langfristige Planung beschäftigt sich nicht mit zukünftigen Entscheidungen sondern mit der Zukunft von Entscheidungen in der Gegenwart“.

Daher ist das wichtigste Merkmal einer Strategie, dass sie sich weniger mit dem beschäftigt, was innerhalb eines Unternehmen vor sich geht oder gehen soll, sondern einen Außenbezug hat: Es geht um Märkte, Kunden und Wettbewerber. Innerhalb eines Unternehmens entstehen nur Kosten. Alle zum Erfolg notwendigen Erträge kommen von außen.

Eine zusätzliche Empfehlung

Wenn Sie sich intensiver mit dem Thema Strategisches Management auseinandersetzen wollen, empfehle ich Ihnen das Buch Strategy Safari (Eine Reise durch die Wildnis des strategischen Managements). Eine Besprechung finden Sie im Bank Blog unter dem Link <https://www.der-bank-blog.de/strategy-safari/buchempfehlungen/6236/>.

Für weitere ergänzende Informationen nehmen Sie bitte Kontakt mit mir auf:

Dr. Hansjörg Leichsenring
www.Der-Bank-Blog.de

T. +49 (4154) 98 96 28
M. +49 (151) 121 06 760
E-Mail: info@Der-Bank-Blog.de