



Kurskorrektur: Neun Wege aus der Strategiekrise

Es gibt – eigentlich – reichlich Zeit, um auf Signale und Herausforderungen einer Strategiekrise zu reagieren und je nach Krisenursache Schwachstellen zu beseitigen. Die Frage ist: Wo liegt der Erfolg? Wer auf diese rechtzeitig eine Antwort findet und sein Unternehmen konsequent wieder auf Erfolgskurs trimmt, kann eine Krise meist abwenden oder zumindest doch bereits in der Frühphase im Keim ersticken.

1. Alle Geschäftsfelder überprüfen und zur Disposition stellen
2. Produkt-Markt-Bereiche, die den Erfolg des Unternehmens gefährden, identifizieren und abstoßen (vor allem veraltete Produktgruppen)
3. Auf Kernkompetenzen besinnen und auf sein Kerngeschäft beschränken, statt auf mehreren Hochzeiten zu tanzen
4. Personelle und materielle Ressourcen überprüfen und die notwendigen Änderungen vornehmen
5. Strategische Entscheidungen treffen (z.B. Standort verlegen, Produkte oder Dienstleistungen weiterentwickeln)
6. Kooperationen mit anderen Unternehmen eingehen, um Synergien zu nutzen, auf zusätzliche Märkte zu kommen, zusätzliche Kunden zu akquirieren, die man allein nicht erreichen würde
7. International denken, da gerade jetzt in Zeiten der weltweiten Krise manch Not leidendes Unternehmen lukrative Absatzfelder im Ausland aufgeben muss
8. Konkurrenten beobachten und Branche im Blick behalten, um Veränderungen schnellstmöglich zu erkennen
9. Produktentwicklungen schnellstens auf den Markt (Wer jetzt mit neuen Angeboten präsent ist, demonstriert Innovationsführerschaft sowie Stärke)

Quelle: in Zusammenarbeit mit Norbert Beitner, Beitner-Beratung, Erfurt; Christoph Stengel, Consulting Interimmanagement, Tönisvorst