

11.6.2004

①

Strategischer Planungsprozess - kritisch würdigen
(Aufgaben beschreiben)

- Prozess Strategische Planung: Probleme
- Komplexität

Solution Circle

Siehe Webnote

→ Entscheidungsprozesse / Planungsprozesse

- Welche Umwelt umgibt das Unternehmen? Wie bestimmt das Unternehmen seine Umwelt?
- Unternehmen beobachtet die Umwelt
- Bedürfnisse die befriedigt werden müssen → Gewinnmax
→ wo sind die Gewinne maximal?
→ Märkte entdecken

Def: Umwelt - alles was vom Unternehmen nicht beeinflusst werden kann

- Kultur des Umgangs
- Alles was wir nicht zum Unternehmen gehörig empfinden, gehört zur Umwelt
- Unternehmen kann Umwelt mitbestimmen
- Soziale Märkte bestimmen sich aus Kommunikationsformen
- Wir konstruieren unsere Umwelt subjektiv
- - ein und die selbe Veranstaltung wird von allen anderen anders angesehen.
- wenn jeder jeden sympathisch fände, wären alle gleich.
- Vielfalt ist wichtig.

Phase

- 1) Feststellen, was ist Vorhanden (Spektrum von Kompetenzen)
- → Leute müssen unterschiedlich sein und verstehen.
 - Leute müssen sich aufgrund der Einzigartigkeit / Verschiedenartigkeit verstehen.
 - Mischung als Erweiterung des Spektrums
 - Andersartigkeit und Verständnis

PEPSEL (Klausurdechant)

→ Aktionismus
 ↓
 man erkennt etwas und macht es sofort
 es wird improvisiert, hektisch agiert

① SWAT-Analyse

③

Scanning

② alle kommen in der Strategischen Planung zusammen und klären SSER, man kommt zur Grundlage (Common Ground) bis die unterschiedlichen Ansichten durch den Dialog angenähert werden.

→ Im Dialog kommt man zu einer Klärung, Vereinbarung, Commitment. Dann kommt man zur Vision



→ Kompetenz des Unternehmens → BSP.

→ Nokia → Gummistrich

Wenn man die Kompetenz zu allgemein definiert ist das auch nicht gut.

↓
würde nicht mehr existieren

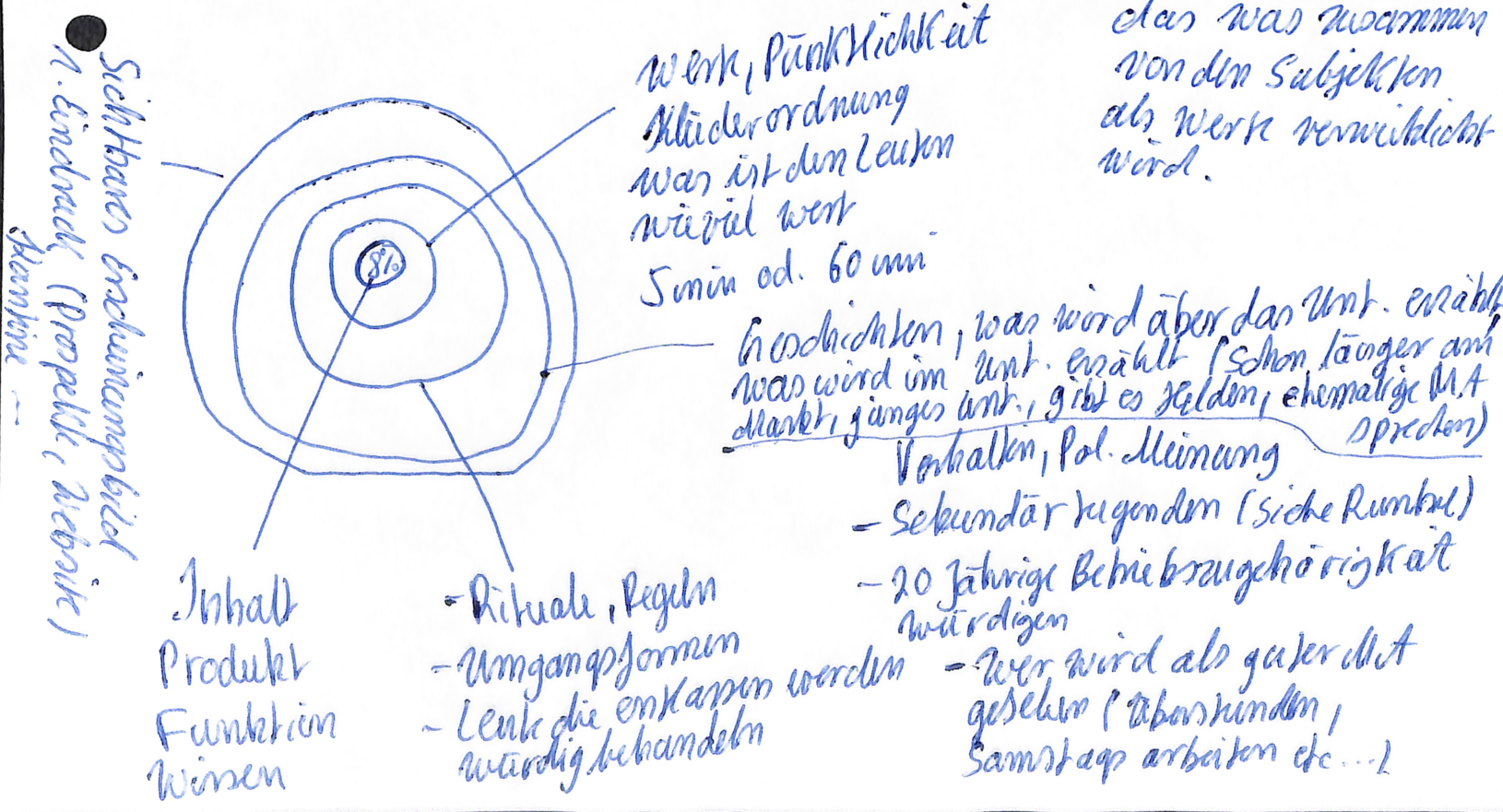
Phase 2:

- was kann das Unternehmen gut im Vergleich zu anderen?
- wo liegt die besondere Problemlösefähigkeit?
- Marktorientierung
- nicht nach modischen Gesichtspunkten neu orientieren
- also: was ist meine Kompetenz?

● Phase 3: Handle so, dass mehr Möglichkeiten entstehen?

Phase 4: BSC
SSCR

Unternehmens-Kulturen



92% Ingenieurung und Kommunikation } Wie es auf mich wirkt
8% Produkt, Inhalt, Wissen } "Kladder machen Lack"

(5)

Man kann also super Produkt auf den Markt bringen, aber keinen Erfolg haben.

Kategorien für Kultur

- Machtdistanz - Hierarchie (wie kann ich zum Vorgesetzten sprechen)

- Unsicherheitsverwendung - Risikopräudiz (Beamtenkultur)

↳ Großkarriere

Wenn man nichts mehr ausprobieren ist man weg vom Markt.

Maskulinität vs. Femininität

→ wenn man die Mitarbeiter weniger managed, steigt die Produktivität

↳ Selbstorganisation

"Rollen statt Stellen" Artikel in der Süddeutschen Zeitung

→ Selbstreflektiver Imperativ → ich gebe mir einen Befehl (Schick mich)