



# Checkliste zur Überprüfung Ihrer Strategie

Erzielt Ihre Strategie die gewünschte Wirkung im Markt und bei Ihren Kunden? Hilft sie Ihnen auf Veränderungen im Markt zu reagieren? Dient Sie in Ihrem Unternehmen als Richtschnur im geschäftlichen Alltag und bei Entscheiden?

Wenn Sie viele Fragen mit «Nein» beantworten, dann sollten Sie Ihre Strategie in Teilen oder gesamthaft überprüfen und anpassen.

Tauglichkeit der Strategie im Markt und bei den Kunden	Ja	Nein
1. Schärfte die Strategie das Profil unseres Unternehmens?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Kennen die Kunden unsere strategische Stossrichtung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Steigert die Strategie unsere Differenzierung gegenüber den Konkurrenten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Ist unser Leistungsversprechen einzigartig und nicht kopierbar?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Tauglichkeit der Strategie bei Marktveränderungen	Ja	Nein
5. Behält die Strategie auch bei grundlegenden Änderungen im Marktumfeld ihre Richtigkeit?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Erlaubt uns die Strategie, spezielle Wünsche wichtiger Kunden zu erfüllen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Hilft uns die Strategie, Gegenmassnahmen auf Initiativen unserer Konkurrenten zu treffen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Ermöglicht uns die Strategie, Chancen im Markt besser zu nutzen als unsere Konkurrenten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Tauglichkeit der Strategie im Unternehmen	Ja	Nein
9. Füllen wir geschäftliche Entscheide in Übereinstimmung mit den strategischen Zielen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Führt die Strategie zu einer Fokussierung und Konzentration der Kräfte?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Erhöht die Strategie den Kundennutzen resp. die Qualität unserer Leistungen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Senkt die Strategie die Kosten zur Erbringung unserer Leistungen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Die Erarbeitung oder Überprüfung der Strategie erfolgt in vier Schritten:

- (1) Umweltanalyse: Trends in Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Technologie
- (2) Stakeholder-Analyse: Wer übt welchen Einfluss aus? Eigene Gestaltungsmittel?
- (3) Konkurrenzanalyse: Wo stehen wir im Vergleich zur Konkurrenz?
- (4) SWOT-Analyse: Stärken und Schwächen gegenüber Chancen und Gefahren

Aus den Ergebnissen erarbeiten Sie eine Vision, wo das Unternehmen in zehn Jahren stehen soll, und fixieren die Massnahmen für die nächsten drei Jahre, welche nötig sind, um die Vision und Ziele zu erreichen.