

Die 6 häufigsten Strategiefehler in Unternehmen

In einer volatilen Welt sind Herausforderungen, welche die Strategie beeinflussen, gegenwärtiger denn je. Denn diese entscheiden über das Bestehen oder Versagen des Unternehmens.

In diesem Artikel geht es darum, die Potentiale der größten Herausforderungen sowohl zu erkennen als auch zu verstehen. Um die **typischen Schwachstellen und die daraus resultierenden Nachteile zu vermeiden**, erläutert der folgende Beitrag die sechs wichtigsten Strategiefehler.

Die 6 häufigsten Strategiefehler:

1. **Schlechter Führungsstil**
2. **Undefinierte Strategie**
3. **Unflexible Struktur der Unternehmensorganisation**
4. **Unklare Strukturen im operativen Bereich**
5. **Mangelnde Zusammenarbeit und Motivation**
6. **Unzureichende finanzielle Kompetenzen**

Strategiefehler Nr. 1: Schlechter

Führungsstil

Leadership ist essenziell, doch selbst das erfolgreichste Top-Management kann ein Unternehmen durch falsche Entscheidungen in eine finanzielle Schieflage oder sogar in die Insolvenz steuern.

Um die richtigen strategischen Entscheidungen zu treffen, muss ein Leader in der Lage sein:

- eine **klare Vision** zu definieren und diese auch zu repräsentieren.
- einen **zukunftsfähigen Plan** mit belastbaren Maßnahmen zu entwickeln.
- die Roadmap und die dazugehörigen umzusetzenden Maßnahmen **professionell zu kommunizieren**, um die Mitarbeitenden auf sämtlichen Ebenen des Unternehmens einzubinden.

Die ersten Kernelemente für eine erfolgreiche Strategie sind demnach eine klare Vision, eine zukunftsfähige Roadmap sowie ein kompetentes Top Management, das die Werte hinter der Strategie über alle Hierarchien hinweg kommunizieren und das Vertrauen der Mitarbeiter für eine gemeinsame Umsetzung hinweg gewinnen kann.

Strategiefehler Nr.

2: Undefinierte Strategie

Die Grundlage für ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell ist eine klare Strategie und Positionierung im Markt. Die Bedürfnisse und Erwartungen müssen sich von den eigenen Kunden ableiten lassen, denn letztendlich muss das Produkt bzw. die Dienstleistung für den Kunden attraktiv sein und zugleich sollen neue potenzielle Abnehmer gefunden werden.

Um den Bedürfnissen und Erwartungen der Kunden gerecht zu werden, sind pragmatische Fragestellungen zu formulieren:

- Welches **Alleinstellungsmerkmal** (USP) können wir unseren Kunden bieten?
- Welche **Wettbewerbsfaktoren** sind entscheidend?
- Was können wir erkennbar **besser** als andere Unternehmen im Markt?
- Welche **Stärken** können verbessert und welche **Schwächen** können eliminiert werden?
- Setzen wir unsere strategischen Erkenntnisse **praktisch** um?

Wenn das Unternehmen wachsen und nicht nur überleben soll, so ist eine gute Strategie von entscheidender Bedeutung.

Strategiefehler Nr.

3: Unflexible Struktur der Unternehmensorganisa- tion

Oftmals ist festzustellen, dass die organisatorische Struktur bei schnell wachsenden Unternehmen nicht weiterentwickelt wird. Eine Ursache dieses Problems liegt darin, dass es für die verantwortlichen Mitarbeiter schwer ist, ihre Aufgaben im Kontext des schnellen Wachstums effektiv zu bewältigen. Durch den hohen Aufwand anderer Tätigkeiten ist es der verantwortlichen Person nicht möglich zu delegieren und demnach bleiben treibende Entscheidungen stecken. Ergo leidet die strategische Entwicklung des Unternehmens unter dem Gesichtspunkt der hohen Komplexität.

Die Verantwortlichkeiten sowie Zuständigkeiten müssen im Unternehmen klar geregelt sein, damit die Zusammenarbeit verschiedener Teams reibungslos gelingen kann. Durch die digitale Transformation und New Work lassen sich neue flexible Arbeitsmodelle etablieren, die neue Möglichkeiten der Projektsteuerung generieren können.

Strategiefehler Nr.

4: Unklare Strukturen im operativen Bereich

Um einer inkonsistenten Qualität der Produkte, redundanten Arbeiten im Unternehmen und auch einer geringen Kundenzufriedenheit vorzubeugen, ist die Erstellung von Unternehmensrichtlinien essenziell. Durch Richtlinien können Ziele und Vorgaben definiert und unternehmensweit standardisiert werden. Bei den definierten Zielen muss auf ausreichende Messbarkeit Wert gelegt werden, denn durch die Formulierung weicher Ziele „Ausbau des Geschäftsbereichs A“ können keine messbaren Kennzahlen erhoben werden und der Erfolg des Wachstums bleibt aus. Kennzahlen müssen demnach *SMART* formuliert sein, um entsprechend erreichbar und überprüfbar zu sein.

SMARTe Ziele

- *Spezifisch: Was genau möchte ich erreichen?*
- *Messbar: Wie kann ich es quantifizieren?*
- *Attraktiv: Ist es mir wichtig?*
- *Realistisch: Kann ich mein Ziel erreichen?*
- *Terminiert: Wann will ich mein Ziel erreichen?*

Strategiefehler Nr.

5: Mangelnde Zusammenarbeit und Motivation

Die Motivation und die Zusammenarbeit der Mitarbeiter ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Dafür sind der gegenseitige Respekt und die Wertschätzung im Umgang miteinander wegweisend.

Der Employee Expectations Report 2020 von Peakon zeigt, dass 59 Prozent der weltweit befragten Mitarbeitenden nicht motiviert sind (Stand: Januar 2020). Bei einer Anzahl von 80 Mio. befragten Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern bedeutet dies für Unternehmen, dass die Demotivation sich erheblich auf die wirtschaftlichen Gesamtkosten der Unternehmen auswirkt.

Laut dem Employee Expectations Report 2020 stimmen die Erwartungen der Mitarbeitenden nicht mit dem Angebot der Arbeitgebenden überein.

Mitarbeitende zu motivieren, kann sowohl extrinsisch als auch intrinsisch erfolgen.

- Vereinfacht ausgedrückt, bezieht sich **extrinsische Motivation** auf das Verhalten von Personen, Aufgaben auszuführen und neue Fähigkeiten zu erlernen, weil sie dafür von außen belohnt werden (z. B. positive Personalbeurteilung, Gehaltssteigerung etc.).
- **Intrinsische Motivation** bezieht sich indessen auf die Tätigkeit, etwas zu tun, für das es keine offensichtlichen äußeren Belohnungen gibt. Die Person tut es, weil es ihr Spaß und Freude macht, nicht aufgrund eines äußeren Anreizes oder Drucks.

Die intrinsische Motivation der Mitarbeitenden führt zu einer dauerhaften Bindung. Mit gezielten Maßnahmen können Unternehmen Einiges für diese Motivation tun. Durch die extrinsische Motivation – wie eine Beförderung oder Gehaltserhöhung – kann der Motivationsgrad der Mitarbeitenden kurzfristig gesteigert werden, doch um eine langfristige Bindung erzielen zu können, muss sich der Mitarbeitende mit dem Unternehmen identifizieren können.

Strategiefehler Nr. 6: Unzureichende finanzielle Kompetenzen

Die Entwicklung finanzieller Kompetenzen werden gerade durch viele kleine und mittlere Unternehmen (KMUs) ignoriert, weil sie entweder nicht über genug liquide Mittel verfügen einen Finanzvorstand zu beschäftigen oder weil sie der Meinung sind, dass Finanzen etwas sind, worüber sich nur große, börsennotierte Unternehmen Gedanken machen müssen.

Solide Finanzberichte und -prognosen sollten jedoch nicht unterschätzt werden. Diese machen es nicht nur einfacher den Kredit einer Bank zu generieren, sondern können für viele verschiedene wachsende Unternehmen auch eine Frage von Erfolg oder Scheitern bedeuten. Wenn ein Unternehmen seine liquiden Mittel nicht im Auge behält, kann es zu einem Liquiditätsengpass führen und das Unternehmen in die Insolvenz geraten. Dies lässt sich insbesondere im Hinblick auf schnell

wachsende Unternehmen verzeichnen. Darüber hinaus sind Finanzprognosen hilfreiche Tools, um die Ressourcennutzung zu optimieren und valide Entscheidungsgrundlagen zu definieren.

Fazit:

Strategieentwicklung muss zum demnach ein Dauerthema werden. Die Zukunft gehört den Unternehmen, die antizipativ und initiativ vorgehen. Die Strategie in einer agilen Welt bedeutet, dass ein Prozess dauerhaft durchlaufen wird und sich dieser nicht durch Organisationsstrukturen limitieren lässt. Unternehmen, die auch in Zukunft erfolgreich im Business sein wollen, müssen sich der Veränderung stellen.

Strategie in der Restrukturierung ist die Allokation limitierter Ressourcen.

10. Turnaroundkongress 2022

**Maßnahmenmanagement (Teil 2)
– Vorgehensweise zur**

Implementierung

**Maßnahmenmanagement (Teil 1)
– typische Umsetzungsfallen
sicher umgehen!**

**Fünf Tipps zur erfolgreichen
Umsetzung des strategischen
Leitbildes**

**Die integrierte
Unternehmensplanung als
Kernelement für Banken und
Stakeholder**

Ist Ihr Geschäftsmodell nach Corona noch tragfähig?

Die Hauptbestandteile der modernen Finanzkommunikation

Was der Gesetzgeber von ordentlichen Kaufleuten erwartet

Stärken und Grenzen interimistischer Tätigkeiten in krisenbetroffenen, produzierenden Unternehmen