

## Checkliste: «So überprüfe ich meine Strategie»

Ist Ihre Strategie noch aktuell und verspricht sie den erwarteten Erfolg? Überprüfen Sie dies anhand der nachfolgenden Fragen. Je mehr Fragen Sie mit «Ja» beantworten können, desto besser wird Ihre Unternehmensstrategie auf dem Markt wirken. Bei vielen Antworten mit «Nein» oder «Teilweise» sollten Sie die Strategie nochmals kritisch hinterfragen und gezielt verbessern oder neu erarbeiten.

	Ja	Teilweise	Nein
<b>Fragen zur Strategieüberprüfung</b>			
1. Verbessert die Strategie den Kundennutzen respektive den Beitrag zur Lösung von Kundenproblemen?			
2. Verstärkt die Strategie unsere Profilierung und Differenzierung gegenüber der Konkurrenz?			
3. Erschliessen wir damit attraktive Tätigkeitsgebiete?			
4. Verbessern wir die Effizienz und senken die Kosten?			
5. Ist der Absatzmarkt reif für die Strategie?			
6. Baut die Strategie auf Stärken auf? (oder: Verbessert die Strategie die erkannten Schwächen?)			
7. Führt die Strategie zu einer Konzentration der Kräfte?			
8. Nützt die Strategie die erkannten Chancen aus?			
9. Vermeidet die Strategie die erkannten Gefahren?			
10. Kann die Konkurrenz nicht darauf reagieren?			
11. Wirkt die Strategie motivierend für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter?			
12. Ist die Strategie mit der heutigen Unternehmenskultur, mit den heutigen Wertvorstellungen vereinbar?			
13. Kann die Strategie mit den vorhandenen Ressourcen (Mitarbeiter, Know-how usw.) realisiert werden?			
14. Lässt sich die Strategie schrittweise und mit einem vernünftigen Finanzaufwand realisieren?			
15. Ist die Strategie flexibel genug, um einschneidende Marktveränderungen angemessen zu berücksichtigen?			
16. Passt die Strategie mit unserem bisherigen Risikoverständnis zusammen (anspruchsvolle Ziele sind meist mit höheren Risiken verbunden)?			
17. Sind wir in der Lage, mit der Strategie die möglichen (Gegen-) Reaktionen unserer Konkurrenten erfolgreich abzuwehren?			
18. Haben wir die Möglichkeit, die Erkenntnisse der Strategie den wichtigsten Anspruchsgruppen stufengerecht zu kommunizieren?			
19. Verbessert die Strategie das Image unseres Unternehmens bei den wichtigsten Anspruchsgruppen?			
20. Freuen wir uns, die Strategie gemeinsam zum Wohl der Kunden umzusetzen, um bald erste Erfolge zu feiern?			

## ku – Führung von Kleinunternehmen

Herausgegeben von PostFinance in Zusammenarbeit mit KMU-HSG