



EARLY BRANDS®

# Was macht eine Strategieumsetzung erfolgreich?

EARLY BRANDS Erfahrungen und Best Practices

Ausgabe Juni 2015



Vielfach fragen Klienten während der gemeinsamen Projektplanung, was die erfolgreiche Umsetzung von Strategien im Unternehmen ausmacht. EARLY BRANDS Erfahrung: Stets geht es darum die unternehmensindividuell benötigten Anforderungen und Aktivitäten für eine erfolgreiche Strategieimplementierung mit Management und Mitarbeitern im Dialog zu erarbeiten. Gleichzeitig gibt es fünf konkrete Möglichkeiten, den Erfolg der Strategieumsetzung in der Praxis zu steigern:

## 1. Strategievorgaben klar und umsetzungsorientiert formulieren

Ein entscheidender Schlüssel zur erfolgreichen Umsetzung sind verständliche und transparent kommunizierte Strategievorgaben – sie bilden

die Brücke von der Strategie zur Umsetzung. Praxisbeispiel: Bei der Entwicklung und Realisierung einer Portfoliostrategie für einen führenden Konsumgüterkonzern werden die entwickelten Strategien für neue Produkte und Services vor der Realisierung nicht nur in Bezug auf die optimale Ergebniswirkung geprüft – sondern die Verständlichkeit und Akzeptanz in den Märkten und Funktionsbereichen über Insight Dialoge vorab sichergestellt.

## 2. Sichtbarkeit von Priorität und Ressourcenausstattung

Bei der Umsetzung ist auch erfolgsentscheidend, dass das Management den bedeutenden Projekten die nötige Sichtbarkeit und Ressourcenausstattung verschafft. Die Priorisierung der strategierelevan-

ten Themen gegenüber dem allgemeinen Tagesgeschäft bedarf auch klaren und verständlichen Vorgaben. Beispiel: Bei der Einführung eines abteilungsübergreifenden Innovationsprozesses werden auch die nicht am Projekt beteiligten Abteilungsleiter aktiv in die Ressourcen-Diskussion einbezogen. Auf diese Weise stellen wir gemeinsam mit unseren Klienten sicher, dass die Mitarbeiter dieser Führungskräfte die Rückendeckung ihrer Vorgesetzten erhalten, um sich neben ihrem Tagesgeschäft aktiv in die Projektrealisierung einbringen zu können.

### 3. Bereichsübergreifende Koordination und Kooperation sicherstellen

Die Förderung von bereichsübergreifender Koordination und Kooperation ist eine weitere wichtige Möglichkeit den Umsetzungserfolg von Strategien zu steigern: Unabhängig davon wer das Implementierungsprojekt initiiert hat, oder worauf die Erfolge der Umsetzung einzahlen – nur wenn die aktiv beteiligten Menschen den Sinn der Umsetzung verstehen bzw. diesen unterstützen sind Wirksamkeit sowie Zeit- und Kosteneffizienz sichergestellt. Ein Beispiel ist die Umsetzung einer Wachstumsstrategie, bei der Marketing, Vertrieb und Category Management intensiv eingebunden wurden; zusätzlich zu ihren ganz individuellen Bereichsaktivitäten. Durch ein gemeinsames Projektzielsystem, das gleichzeitig einen Bezug zu den individuellen Bereichszielen hat, lassen sich Rivalität um Ressourcen, Kompetenzen und die Projekterfolgskommunikation minimieren – und das Interesse am gemeinsamen Projekterfolg in den Vordergrund stellen.

### 4. Neue Gegebenheiten während der Implementierung erkennen und Chancen ergreifen

Dreht der Wind, müssen die Segel neu gesetzt werden: Es bedarf einer flexiblen Sichtweise auf den Status Quo und initial beschlossene Vorgehensweisen. Erfolgreich sind Unternehmen, die es verstehen den Fortschritt der Realisierung einer kontinuierlichen Neuevaluierung zu unterziehen

und so neu benötigte, angepasste Aktivitäten rechtzeitig zu berücksichtigen. EARLY BRANDS Erfahrung: Es ist entscheidend sämtliche beteiligte Projektteilnehmer in die Bewertung des Status Quo aktiv einzubeziehen. Auf diese Weise werden Veränderungsnotwendigkeiten leichter transparent, es entsteht zudem ein aktuelles Stimmungsbild. Veränderte Zielvorgaben und Aktivitäten lassen sich auf dieser Basis sehr viel leichter akzeptieren und gemeinsam als Team zum Erfolg führen.

### 5. Experimentierfreude und Flexibilität anerkennen und fördern

Wer experimentiert geht das Risiko ein zu scheitern, ergreift jedoch gleichzeitig die Chance etwas Außergewöhnliches zu schaffen. Der Mut nicht den bequemsten sondern den vielversprechendsten Weg im Sinne der Unternehmensstrategie einzuschlagen, wird vielfach noch zu selten gefördert. EARLY BRANDS Erfahrung ist, dass gerade bei der Umsetzung von innovativen Wachstumsinitiativen, Marketing- und Vertriebsprogrammen sowie im Technologiemanagement die Unternehmen erfolgreich sind, welche auf bei der Strategieimplementierung die Experimentierfreude von Mitarbeitern, Kunden und Partnern aktiv einbeziehen. Ein Beispiel hierfür sind Lead-Customer Programme, bei denen strategisch wichtige Kunden aktiv in die konzeptionelle Projektaktualisierung je Projektphase einbezogen werden – und die Wahrscheinlichkeit des Markterfolgs der Realisierung deutlich gesteigert wird.

Im Ergebnis zeigt sich: Die gezielte Berücksichtigung von fünf Erfolgsfaktoren kann den Umsetzungserfolg von Strategien sehr positiv beeinflussen – und hierüber Management und Mitarbeiter im Sinne eines Orchesters noch besser aufeinander abgestimmt, motiviert zusammenspielen lassen. Diese Erkenntnisse werden auch gestützt durch aktuelle Wissenschaftsbeiträge, wie unter anderem von Donald und Charles Sull sowie Rebecca Homkes – welche wiederum die Barrieren der Strategieumsetzung beleuchten.

<http://www.harvardbusinessmanager.de/blogs/a-1031072.html>

## Autoren:

**Alexander Witte**

Managing Director

awitte@earlybrands.de

**Carlo Bode**

Consultant

cbode@earlybrands.de

Herausgeber:

EARLY BRANDS Management Consultants

EARLY BRANDS ist Ihr Partner für markt-orientierte Unternehmensführung.

Wir unterstützen unsere Klienten dabei Wachstum und Wertschöpfungskraft durch ein markt- und kundenorientiertes Vorgehen nachhaltig zu steigern.

Dabei verbinden wir ausgeprägtes Branchenwissen mit hoher Methodenkompetenz, von der Strategieentwicklung bis zur Implementierung

[www.earlybrands.de](http://www.earlybrands.de)