

Damit die Wachstumsstrategie wirklich wirkt: Guido Quelle eröffnet diesjährige Mandat-Telekonferenzreihe

„Wenn Unternehmen oder Unternehmer von Strategie sprechen, verwechseln sie diese leider zu oft mit Planung oder Taktik“, räumte Wachstumsexperte Prof. Dr. Guido Quelle am Montag gleich zu Beginn der Telekonferenz auf. „Und wenn sie ihre Strategie ohne eine Vision angehen, kann es erst recht schwierig werden.“ Wie eine wirkungsvolle Wachstumsstrategie aufgebaut ist und wie dafür Sorge zu tragen ist, dass sie auch realisiert wird, darüber sprach der Geschäftsführer der Dortmunder Mandat Managementberatung vor mehr als 220 Teilnehmern.

guido quelle,„Wenn Unternehmen oder Unternehmer von Strategie sprechen, verwechseln sie diese leider zu oft mit Planung oder Taktik“, räumte Wachstumsexperte Prof. Dr. Guido Quelle am Montag gleich zu Beginn der Telekonferenz auf. „Und wenn sie ihre Strategie ohne eine Vision angehen, kann es erst recht schwierig werden.“ Wie eine wirkungsvolle Wachstumsstrategie aufgebaut ist und wie dafür Sorge zu tragen ist, dass sie auch realisiert wird, darüber sprach der Geschäftsführer der Dortmunder Mandat Managementberatung vor mehr als 220 Teilnehmern.

Formel Eins statt Linienbus: Drei wesentliche Etappen bringen die Stärken der Wachstumsstrategie auf die Straße

1. Vision: Wohin die Reise gehen soll

Guido Quelle beschreibt eine Vision als ein möglichst konkretes Bild einer erstrebenswerten Zukunft. „Von Zielen oder Zahlen ist dabei noch keine Rede“, macht er deutlich. „Eine Vision erleichtert die strategische Arbeit enorm. Mit ihr kann die strategische Richtung deutlich einfacher abgeleitet werden als ohne sie.“ Da eine Vision eine besondere Strahlkraft nach innen hat, fördert sie zudem die Einbindung von Mitarbeitern, Führungskräften und Management.

2. Marktsegment: Hier spielt das Wachstum

Ob Wachstum im bestehenden Markt oder in einem neuen Markt (inhaltlich oder geografisch) angestrebt wird, ob Wachstum über Kosten- oder Leistungsführerschaft zu erreichen ist, ob das Wachstum durch Zukäufe oder durch eigene Innovationen gelingen soll: Die Unternehmen kommen nicht daran vorbei, sich intensiv mit dem anzuvisierenden Marktsegment auseinanderzusetzen. Guido Quelle stellt die für viele Unternehmen unbequemen Fragen: „Wie genau lautet eigentlich ‚Ihr‘ Marktsegment? Welche konkreten Marktleistungen verbinden Sie mit genau diesem Marktsegment und den Kunden darin?“ Deren Beantwortung hilft dem Management, die zentrale Wertaussage zu formulieren: welchen Wert das Unternehmen schafft – aus der Kundenperspektive. „Dann fällt es auch leichter, Marktbotschaften stimmig umzusetzen“, so Quelle.

3. Unternehmensprozesse: Damit das Wachstums-Getriebe läuft

Guido Quelle sieht den Irrtum als weit verbreitet an, dass die vorhandene Organisation genutzt werden müsse, um die für das Wachstum erforderlichen Unternehmensprozesse umzusetzen. Vielmehr müssen zunächst die Prozesse identifiziert und beschrieben werden, um das in der Marktsegmentbeschreibung festgelegte am besten auf die Straße zu bringen. „Meist reichen drei bis sechs

Kernprozesse völlig aus“, weiß Quelle – und kennt zugleich viele Unternehmen, in denen deutlich mehr sogenannte Kernprozesse geführt werden. Erst dann folge die Organisation und beantwortet die Frage, wie sie die Prozesse am besten beschleunigen und realisieren kann. „Dass das in bestehenden Unternehmen mitunter schwer fällt, ist klar. Dennoch können nur auf diesem Weg alte Denkmuster vermieden werden, die das neue Wachstum behindern“, schließt Guido Quelle die erste von neun Telekonferenzen zum Unternehmenswachstum.

Die nächste Mandat-Telekonferenz findet statt am 18. März 2013 zum Thema „Der Motor: Leistungsstarke Marke“. Die Impulsvorträge am Telefon richten sich an Unternehmer, Vorstände, Geschäftsführer und seniorige Führungskräfte. Mehr Informationen zu den diesjährigen Telekonferenzen „Formel Eins statt Linienbus – neun Bausteine für profitables Wachstum“ unter <http://www.mandat.de/de/menu/produkte/telekonferenzen/>

Kontakt:

Mandat Managementberatung GmbH
Prof. Dr. Guido Quelle
Emil-Figge-Straße 80
44227 Dortmund

Telefon: +49 (231) 9742390

Telefax: +49 (231) 9742389

E-Mail: guido.quelle@mandat.de

Internet: www.mandat.de

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