

Strategieplan verhunzen – leicht gemacht!

Eine Strategie muss her! Woher nehmen und nicht stehlen? Sie könnten einen Strategieplan erstellen. Ach je, dann würden Sie ja sehenden Auges in die Zukunft blicken? Am besten, Sie boykottieren die ganze Sache von Anfang an!

Bauen Sie für die Ewigkeit

Ein Strategieplan beruht stets auf den aktuellen Erkenntnissen. Eigentlich kann er deshalb gar nicht bis in alle Ewigkeit gültig sein. Aber dann müssten Sie ihn ja regelmäßig aktualisieren? Och nö, also wenn Sie schon mühsam einen Strategieplan bauen, dann soll er auch mindestens 50 Jahre halten!

Nehmen Sie sich keine Zeit dafür

Begeben Sie sich nicht außerhalb des Büros, z.B. in ein Tagungshotel, wo Sie ungestört sind. Planen Sie nicht ein bis zwei Tage dafür ein. Und lassen Sie bitte alle Handies permanent eingeschaltet.

Laden Sie nicht die richtigen Teilnehmer dafür ein

Die beste Teilnehmerzahl zum effektiven Arbeiten dürfte wohl bei 6-10 Personen liegen. Aber dann würde ja auch ein Ergebnis herauskommen. Treffen Sie keine sorgsame Auswahl wichtiger Entscheider für die Teilnahme. Nehmen Sie einfach nur Ihren besten Kumpel mit – oder gleich die ganze Firma.

Kommen Sie unvorbereitet

Sammeln Sie vorab keinen wichtigen Input von denjenigen Experten aus der Firma ein, die nicht am Strategiemeeting teilnehmen. Bringen Sie auch keine externen Daten mit, die behilflich sein können.

Besorgen Sie sich keinen externen Moderator

Ein erfahrener Moderator könnte zwar dem Meeting eine Struktur geben, nicht zuletzt deshalb, weil er sich aus dem Besprechungsinhalt heraushält. Aber dann wäre die Veranstaltung ja effektiv. Am besten, Sie übernehmen selber diese Aufgabe und wechseln laufend zwischen Ihrer Rolle als Moderator und Beteiligtem hin und her. Dann sind alle Teilnehmer in kürzester Zeit herrlich verwirrt.

Definieren Sie im Strategiemeeting keine übergeordneten Unternehmensziele

Mag ja sein, dass Ihre Konkurrenten von Dingen reden wie Vision, Mission oder Unternehmenskultur. Aber das braucht Sie nicht zu jucken. Übergeordnete Ziele sollen immer dann greifen, wenn Alltagssituationen keine klare Handlungsempfehlung vorgeben. So etwas wird bei Ihnen nicht benötigt, da Sie ja militärisch im Minutenrhythmus Ihren Mitarbeiter die Befehle erteilen. Die haben zum eigenständigen Denken gar keine Zeit.

Schauen Sie nicht in die Zukunft

Machen Sie sich keine Gedanken über Veränderungen auf dem Markt. Fangen Sie schon gar nicht an, zu hinterfragen, in welchem Marktsegment Sie sich eigentlich bewegen.

Lassen Sie alle Ergebnisse verpuffen

Erstellen Sie keinen „Action Plan“, definieren Sie keine Verantwortlichkeiten unter den Teilnehmern und vor allem: Vereinbaren Sie weder ein Nachverfolgen der Beschlüsse noch ein Folgemeeting in ein paar Monaten. So kommen auch Sie strategiefrei durchs Leben!

Stephan Meyer, Denkwart
Stand: 18. August 2009

Übrigens: Mehr als 20 weitere, nicht ganz ironiefreie Checklisten finden Sie kostenlos zum Download unter <http://denkstelle.com/snacks/>. Abonnenten des denkstelle-Newsletters erhalten die jeweils neueste Checkliste exklusiv im Preview. <http://denkstelle.com/newsletter/>