

Strategie Workshop

Für jede Führungskraft ist **Strategie Entwicklung** ein großes Thema, die Zukunft des Betriebs, Unternehmens, der Organisation will und muss aktiv gestaltet werden. Die Zeiten, in denen die Strategie für den mittelständischen Betrieb einsam im Büro in der obersten Etage ausgetüftelt wurde, sind vorbei. Heute werden die Mitarbeiter mit einbezogen. Alle Mitarbeiter? Nicht unbedingt, aber jede Abteilung sollte Vertreter schicken, die am Workshop teilnehmen und ihn bereichern.

Je nach Größe des Betriebs können das viele Menschen werden ... wie soll das alles organisiert werden? Nutzt es, wenn viele Mitarbeiter dabei sind? Oder soll es nur die Führungsebene sein, die zusammen kommt?

Spätestens an dieser Stelle sollten Sie einen externen systemischen Moderator hinzu ziehen. Der kann Ihnen nach einem ausführlichen **Vorgespräch** einen speziellen Fahrplan für Ihre Bedarfe zusammenstellen. Alles beginnt mit einem Vorgespräch, mit Ihrem Ziel für den Strategie-Workshop. Was ist die dringendste Frage? Welcher Leidensdruck ist vorhanden? (Ehrlich gesagt, wird Veränderung besser angenommen, wenn die Ist-Situation sehr unangenehm und die Zukunftsangst ausgeprägt ist, wenn die Notwendigkeit der Veränderung für alle deutlich spürbar ist.) Welche Teilnehmer sind unverzichtbar, um zu einem für alle verbindlichen Handlungsplan zu kommen? Sollte ein Experte von außen hinzu gezogen werden, kann der Geschäftsführer eine Keynote halten? Diese Fragen und viel mehr werden Sie gemeinsam besprechen und beantworten.

Dann beginnt **die Vorbereitung**. Die Abteilungen benennen ihren Vertreter, der am Workshop teilnehmen wird - bei kleinen Betrieben können es auch alle Mitarbeiter sein, nach dem Motto: Betroffene zu Beteiligten machen. Bei großen Betrieben wird der Moderator „Spurgruppen“ in den Abteilungen aufbauen und mit ihnen den Workshop vorbereiten: die jeweiligen Abteilungen setzen sich zusammen und besprechen die wichtigsten Punkte aus ihrer Sicht. Dafür sollten sie während der Arbeitszeit Gelegenheit zum Austausch bekommen – die dafür benötigten Zeiten variieren stark, vielleicht liegen ja auch schon aus den vergangenen Jahren Referenzzeiten vor.

Im Workshop selbst werden die Ergebnisse und Anregungen von den gewählten Abteilungs-Vertretern an alle Teilnehmer weiter gegeben. Natürlich werden die Vorträge / Präsentationen durch den externen Moderator begleitet und geleitet, so dass jeder Vortrag etwas Neues bringt. Die Ergebnisse werden visualisiert, damit alle sich mit allen Vorschlägen beschäftigen können.

Es viele Möglichkeiten, den Workshop zu gestalten. Jede **Methode** hat das Ziel, zu einem gemeinsam erarbeiteten Handlungsplan zu gelangen. Die gewählte Methode spricht der Moderator im Vorfeld mit den Führungskräften ab und erklärt sie.

Strategieentwicklung ist eine permanente Aufgabe in jedem Betrieb und jeder Organisation. Nicht immer müssen die Mitarbeiter beteiligt werden, aber in schwierigen / herausfordernden Zeiten lohnt es sich, alle mit einzubeziehen. Weil Sie auf keine gute Idee verzichten können. Weil die Vielfalt der Perspektiven eine riesige Ressource ist. Weil diejenigen, die Kundenkontakte haben, die wahren Experten sein können. Weil alle die ersten Maßnahmen zur Umsetzung der Strategie mit verantworten, alle zugestimmt haben – deshalb können alle an einem Strang ziehen und sich nicht verweigern.

Was sind **mögliche Themen** / Fragen für einen Strategie-Workshop? Zum Beispiel die Themenfelder „Kundenbindung“, „Digitalisierung“, „Visionen/ langfristige Ziele“, „Dienstleistungs-Verhalten“, „neue Produkte“, „Innovationen“, „Leitbild“, „attraktiv werden für Facharbeiter und Auszubildende“, etc.