

Geschäftsplanung

Maßnahmenpotentiale

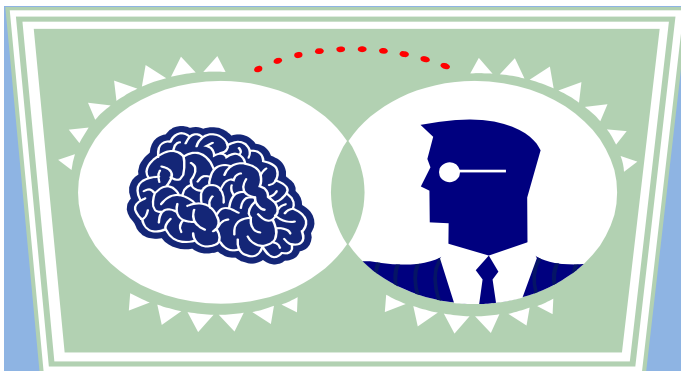
Kurzbeschreibungen-Inhaltsangaben
zu Publikation

Autor: Jörg Becker

(erschienen im BoD Verlag)

Planen heißt vorausschauen und Prognosen entwickeln: je genauer diese Prognosen sind, desto erfolgreicher werden die daraus abgeleiteten Schlüsse und damit das Geschäft sein.

Die Geschäftsplanung interessiert mehr das Morgen und Übermorgen als das gestern Gewesene. Planungsinstrumente müssen aber richtig verstanden und eingesetzt werden: sie liefern nicht automatisch sichere Aussagen über eine unsichere Zukunft. Planung heißt auch nicht, in eine Kristallkugel zu sehen, sondern ist nicht zuletzt eine Projektion der Vergangenheit, die man verstehen muss, bevor man etwas voraussagen kann. Planung als Vorausabwägen verschiedener Entscheidungsmöglichkeiten ist heute mehr denn je eine Wurzel des Geschäftserfolges. Manchmal wird einer Forderung danach der Einwand entgegen gehalten, dass eine präzise Form der Planung unmöglich sei, da niemand in die Zukunft schauen könne. Gerade aber weil diese ungewiss ist, müssen die Maßnahmenplanungen konkret gesetzt werden, um über notwendige Orientierungsmarken für grundsätzliche Entscheidungen verfügen zu können. Neben „harten“ quantitativen Daten müssen für die Geschäftsplanung auch sogenannte „weiche“ qualitative Einschätzungen -beispielsweise unter Zuhilfenahme einer Wissensbilanz- bereitgestellt werden.



Dazu regt eine Wissensbilanz immer wieder auf ein Neues dazu an, niemals das Ganze aus dem Blickfeld zu verlieren und jede Maßnahme über ihre gesamte Wirkungskette hinweg eng mit allen sie umgebenden Einflussfaktoren zu vernetzen und eng zu überwachen. Die Ausführungen hierzu schließen nahtlos an bereits zuvor erarbeitete Wissensbilanz-Publikationen an und bauen darauf auf.

- Wissensressourcen mit Zukunftsperspektive
- Ausblick für Wissensbilanzen
- Wissenskapital im Zentrum der Geschäftsplanung
- Qualität der Geschäftsplanung
- Ausgangssituation für Maßnahmenplanungen
- Ableitung erfolgversprechender Maßnahmen
- Übernahme Demo-Beispiel Faktoren-Tableau
- Beispiel: bereits analysierte Leistungsprofile
- Beispiel: bereits analysierte Wirkungsbeziehungen
- Beispiel: bereits analysierte Erfolgspotenziale
- Empfehlungen zur Maßnahmen-Vorgehensweise
- Maßnahmenbeispiele im Bereich der Prozessfaktoren
- im Bereich: Leitbild und Unternehmensstrategie
- im Bereich: Innovationsmanagement
- im Bereich: Customer Relation Management
- im Bereich: Marketingcontrolling
- Maßnahmenbeispiele im Bereich der Erfolgsfaktoren
- im Bereich: Image und Bekanntheitsgrad
- im Bereich: Marktattraktivität – Marktposition
- im Bereich: Entwicklungspotential – Umfeld
- im Bereich: Leistungsqualität
- Maßnahmenbeispiele im Bereich der Humanfaktoren
- im Bereich: Unternehmerische Kompetenz
- im Bereich: Aus-, Weiterbildung, Fachqualifikation
- im Bereich: Mitarbeiterzufriedenheit, -motivation
- im Bereich: Wissensmanagement
- Maßnahmenbeispiele im Bereich der Strukturfaktoren
- im Bereich: Informationssystem und Anwendungen

- im Bereich: Planungs- und Controlling-Tools
- im Bereich: Frühwarn- und Risikokontrollsystem
- im Bereich: Standortfaktoren
- Maßnahmenbeispiele im Bereich der Beziehungsfaktoren
- im Bereich: Kunden- und Lieferantenbeziehungen
- im Bereich: Kommunikationsbeziehungen
- im Bereich: Kompetenznetzwerkbeziehungen
- im Bereich: Logistikbeziehungen
- Ausblick
- Wissensbilanz-Arbeitsprogramm
- Planungsbegriffe
- Indikatoren



Die Gefahr, das Unternehmen an den Marktrealitäten vorbei zu steuern besteht immer dann, wenn die Reaktionszeiten zu lang und die Planungs-Werkzeuge zu sehr auf die Fortschreibung der Vergangenheit statt auf die Beherrschung der Zukunft ausgerichtet sind. D.h. erfolgreiche Strategien erwachsen nicht aus einer Projektion der Vergangenheit in die Zukunft, sondern aus der Entwicklung der zukünftigen Position des Unternehmens und aus der Beschreibung des dorthin führenden Weges. Dabei müssen die planungsrelevanten Sachverhalte zu einem umfassenden Geschäftsmodell gebündelt werden. Für die Geschäftsplanung müssen die Werkzeuge so ausgerichtet werden, dass sie ein Gleichgewicht zwischen einerseits dem „Denkbaren“ und andererseits dem „Machbaren“ herstellen.

