

FRAGEBOGEN

## Status-Analyse Strategisches Management

\*Hinweis: Unter dem Kürzel MA verstehen wir ausdrücklich alle Geschlechteridentitäten!

Folgender Fragebogen dient als Unterstützung bei der Analyse zur Verbesserung der strategischen Ausrichtung von mittelständischen Unternehmen. Beantworten Sie die Fragen **ganz schnell und ohne lange zu überlegen** durch **Ankreuzen** eines der Kästchen mit „Ja“, „Nein“ oder „Weiß ich nicht“.

**Ihre Funktion**  Leitung/Management  Mitarbeiter\*in ohne strategische Aufgaben  andere  
**Größe der Organisation**  <10  10-50  51-100  101-200  201-500  >500  
**Anzahl Hierarchie-Ebenen**  1 Ebene  2 Ebenen  3 Ebenen  > 3 Ebenen  
**Branche** .....  
**Markt**  B2C  B2B

Fragen zur Strategie allgemein	JA	NEIN	?
Hat Ihr Unternehmen eine <b>definierte</b> und <b>erkennbare Unternehmensstrategie</b> ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liegt sie in <b>schriftlicher</b> Form vor?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
War bei der Erarbeitung <b>mindestens</b> die <b>2. Führungsebene involviert</b> ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Waren bei der Erarbeitung Mitarbeiter*innen <b>unterer Ebenen involviert</b> (z.B. durch Workshops)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fragen zu Vision und Mission	JA	NEIN	?
Gibt es in Ihrem Unternehmen eine <b>schriftliche Vision</b> (ein konkretes <b>Big Picture</b> der Zukunft)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ist sie <b>genau und eindeutig ausformuliert</b> ? (nicht nur 1-2 Sätze, sondern mind. eine DIN A4-Seite)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gibt es ein <b>Mission Statement</b> (eine Aussage, wie sich das Unternehmen positionieren will)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fragen zu vorhandenen Instrumenten: Haben Sie im Unternehmen...	JA	NEIN	?
... einen <b>ausformulierten USP</b> bzw. <b>exakt definierte, differenzierende Kernkompetenzen</b> ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... eine <b>genaue Portfolio-Analyse</b> mit Bewertung der Zukunftsfähigkeit der Leistungen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... eine genaue <b>Wettbewerbs-Analyse</b> ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... eine <b>PESTEL-Analyse</b> mit Chancen- und Risiken-Bewertung aktueller Trends?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... genaue <b>Zielgruppen</b> oder <b>Kundensegmente</b> definiert und <b>"Personas"</b> beschrieben?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... die <b>Schlüssel-Erfolgsfaktoren (KSF)</b> des Marktes analysiert?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... eine <b>detaillierte SWOT-Analyse</b> , in der die Analyse-Ergebnisse zusammengeführt sind?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fragen zu Funktionalen Strategien: Gibt es ausformulierte funktionale Strategien, wie...	JA	NEIN	?
... eine <b>Innovationsstrategie</b> bzgl. ihrer Produkte und Dienstleistungen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... eine <b>Personal-Entwicklungs-Strategie</b> ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... eine <b>Employer Branding Strategie</b> zum Aufbau einer Arbeitgeber-Marke?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fragen zur Implementierung (Falls diese Instrumente vorhanden sind)	JA	NEIN	?
Könnten Sie die <b>Vision</b> und das <b>Mission Statement</b> aus dem Stand wiedergeben?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Könnten Sie die <b>Strategischen Hauptziele</b> des Unternehmens aufzählen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Könnte die <b>2. Führungsebene</b> das auch?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haben Sie eine <b>BSC (Balanced Score Card)</b> für die Umsetzung der Strategie erstellt?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gibt es bei Ihnen einen <b>detaillierten Business-Plan</b> (mit Strategie-Teil und nicht nur mit Zahlen)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sind das Mission Statement und die Strategie <b>auch allen Mitarbeiter*innen</b> bekannt?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haben Sie eine <b>einheitliche Führungsphilosophie</b> definiert und <b>auf allen Ebenen umgesetzt</b> ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wissen all Ihre Führungskräfte exakt, <b>welchen Beitrag ihr Funktionsbereich</b> leisten sollte?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wissen auch all Ihre <b>Mitarbeiter*innen</b> , was ihr Beitrag zur Umsetzung der Strategie sein sollte?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fragen zur Digitalisierung und Digitalen Transformation	JA	NEIN	?
Haben Sie eine <b>Digitalisierungsstrategie</b> zur durchgängigen Abbildung all Ihrer Prozesse?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Spielen in der Unternehmensstrategie die <b>Digitale Transformation</b> und die <b>KI</b> eine große Rolle?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haben Sie Ihr komplettes <b>Geschäftsmodell</b> schon bzgl. aller Möglichkeiten überdacht?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nutzen Sie die Möglichkeiten der <b>Digitalen Transformation</b> entlang der <b>Customer Journey</b> ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Auswertung

---

### Überwiegend mit JA beantwortet

- Ihr Strategisches Management ist bereits sehr umfangreich und Sie beschäftigen sich schon sehr viel mit ihrer strategischen Ausrichtung.
- Überlegen Sie einmal:
  - Gibt es Themen, die Sie trotzdem noch angehen wollen/müssen?  
Gibt es Punkte, bei denen zwar Ansätze vorhanden sind, die aber noch weiter ausgebaut und intensiver bearbeitet werden sollten/müssten?  
Wenn ja, was hindert Sie ggf. daran?
  - Gibt es Themen, die streng genommen für Ihr Unternehmen gar nicht relevant sind und nur Zeit und Ressourcen kosten?  
Wenn ja, warum hat man sich ursprünglich damit beschäftigt?  
Gibt es einen Grund sich dennoch weiterhin in angepasster/vereinfachter Form mit dem Thema zu beschäftigen?
- Wenn Sie dazu einen externen Sparring-Partner suchen, können wir uns in einem gemeinsamen Gespräch gerne dazu austauschen.

### Überwiegend mit NEIN oder WEISS ICH NICHT beantwortet

- Kein Problem, so geht es vielen!
- Überlegen Sie einmal:
  - Welches der oben genannten Themen fehlt Ihnen (aus dem Bauch heraus...) am meisten im Unternehmen?
  - Gibt es Themen, mit denen Sie sich (intensiver) beschäftigen wollen (z.B. weil Sie hier konkret einen Bedarf oder ein Problem sehen)?
  - Was ist das Thema, das Sie als Erstes angehen wollen?
- Wenn Sie unsicher sind, wie Sie Ihren ausgefüllten Fragebogen bewerten sollen oder wenn Sie besprechen wollen, welcher erste Schritt für Sie und Ihr Unternehmen am sinnvollsten ist, können wir das gerne in einem gemeinsamen Gespräch besprechen.

## Ihr Ansprechpartner

---



**Martin Scheinert**  
Dipl.-Verwaltungswirt (FH), MBA  
martin@scheinertandfriends.de  
Telefon mobil +49 170 587 56 55

**Strategie. Umsetzung. Führungskräfteentwicklung.**



LinkedIn



Facebook