

## Dozent/in

Hr. Grobosch

## Arbeitsblätter

## Kursunterlagen

Buch S. 401

## Strategische Unternehmensplanung

### Allgemein

Alles was im Unternehmen gemacht wird, sollte zielgerichtet und vor allem im Vorfeld überlegt sein. Ziele sind dabei anzustrebende Endergebnisse, die aus eigener Kraft erreicht werden können. Das Management definiert zu diesem Zweck Ziele, nimmt Planungen vor, schafft den organisatorischen Rahmen und kontrolliert das Erreichen des Ziels.

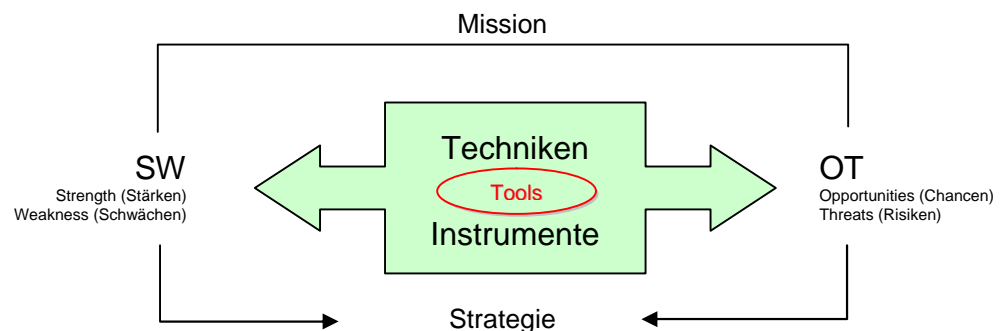
Strategische Unternehmensplanung bedeutet das Festlegen von Zielen und Mitteln der auf die Zukunft gerichteten Unternehmensführung und Betriebsgestaltung. Von ihr werden alle personalwirtschaftlichen Ziele als verbindlicher Rahmen festgelegt. Grundlage für die strategische Unternehmensplanung bildet die Plankostenrechnung.

Eine Unternehmensstrategie sollte grundsätzlich zur einer langfristigen Zielplanung führen. Um dieses langfristige (strategische) Unternehmensziel zu erreichen, werden mittelfristige (taktische) Ziele gesetzt. Die Überlegungen, wie die mittelfristigen Ziele erreicht werden, werden als kurzfristige (operative) Ziele bezeichnet.

Ein Unternehmen ist ein soziotechnisch-organisatorisches (Mensch, Technik und Organisation) System, in welchem automatisch ein Planungssystem entsteht, da die Pläne der einzelnen Mitarbeiter, wie zum Beispiel Urlaubspläne, aufeinander abgestimmt werden müssen.

Die Unternehmensplanung ist immer ein Geflecht vieler Teilplanungen, welche – in welcher Art und Weise auch immer – zusammenwirken. Planungen beziehen sich dabei immer auf die Zukunft und bieten keine 100%-tige Sicherheit.

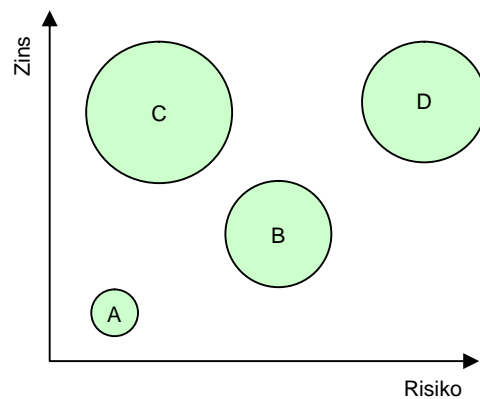
### Instrumente der Unternehmensplanung



### Portfolioanalyse

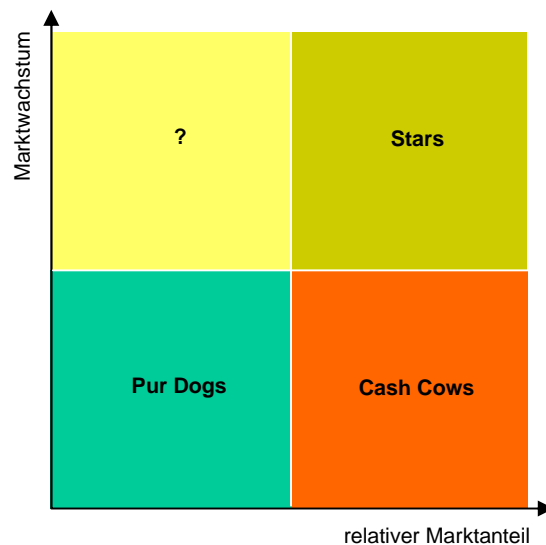
Das Portfolio-Konzept wurde ursprünglich im Finanz- und Investitionsbereich entwickelt, um die optimale Zusammensetzung eines Wertpapier-Portfeuillees anhand der Kriterien Rendite und Risiko zu beurteilen.

Dieses Konzept wurde in die strategische Planung übernommen. Es werden Portfolio-Matrizen gebildet, mit denen ganze Unternehmen, strategische Geschäftsfelder oder Produktgruppen bzw. einzelne Produkte im Hinblick auf ihre strategische Positionierung beurteilt werden. Der Grundgedanke dabei ist, dass Geschäfte in unterschiedlichen Wettbewerbssituationen bzw. Märkten strategisch jeweils anders gesteuert werden müssen.



Die Portfolio-Analyse untersucht auch Unternehmensbereiche bezüglich der Kriterien Marktwachstum und relativem Marktanteil.

Das klassische Marktanteils-Marktwachstums-Portfolio der Boston Consulting Group hat folgende Gestalt



Weitere Informationen zum Thema Portfolioanalyse sind unter den nachfolgenden Internet-Adressen erhältlich.

- ⇒ [www.fh-brandenburg.de](http://www.fh-brandenburg.de)
- ⇒ [www.fbwi.fh-karlsruhe.de](http://www.fbwi.fh-karlsruhe.de)
- ⇒ [www.uni-karlsruhe.de](http://www.uni-karlsruhe.de)
- ⇒ [www.kszh.ch](http://www.kszh.ch)

Instrumente der Unternehmensplanung sind

- ⇒ Analysetechniken (z.B. Portfolio-Analyse, Stärken/Schwächen-Profil, Querschnitts-Analyse/Längsschnitt-Analyse)
- ⇒ Problemlösungs-/Kreativitäts-Techniken (z.B. Brainstorming)
- ⇒ Umfrage-Techniken (z.B. Mitarbeiter-/Kunden-Befragung)
- ⇒ Vergleichstechniken (z.B. Benchmarking)
- ⇒ Planungs-Techniken (z.B. Szenario-Planung)
- ⇒ Optimierungs-Techniken (z.B. Six Sigma)
- ⇒ Change Management

## Übung

In einer Gruppenarbeit soll eine Liste entstehen, welche die Stärken und Schwächen unseres Unternehmens im Vergleich zum Mitbewerber aufzeigt.

- 🟢 Breites Produktportfolio
- 🟢 Globalität
- 🟢 Vielfältige Einsatzmöglichkeiten
- 🟢 Eigentümerstruktur
- 🟢 Multi-Kultureller Konzern
  
- 🔴 Schwerfälliger Konzern
- 🔴 Lange Entscheidungswege
- 🔴 Viele verschiedene Ansprech-, Entscheidungspartner
- 🔴 Köpfe-Denken
- 🔴 Hohe Personalnebenkosten

Stärken werden grundsätzlich als strategische Wettbewerbsvorteile und Schwächen als strategische Wettbewerbsnachteile gesehen.