

**Sven Lundershausen, Strategien entwickeln und formulieren. managerSeminare Verlags GmbH 1. Auflage 2014**

**ISBN: 978-3-941965-71-3**

Die CD-Rom aus dem Verlag managerSeminare bietet für ein 3tägiges Seminar zum Thema ein vollständig ausgearbeitetes Konzept. Es lässt nichts vermissen.

Wie gewohnt in der Reihe Trainingskonzepte öffnet sich im Browser eine Übersicht über die drei Seminartage, Trainerleitfaden und Trainingsdesign. Ein weiterer Link führt zu den Onlinematerialien, die lediglich aus Blankovorlagen im Seminarlayout bestehen.

Es macht Sinn, sich zunächst mit dem Trainerleitfaden zu beschäftigen, da dieser den Rahmen des vorgestellten Seminars beschreibt. Es gibt eine klare Zielformulierung: Mitarbeiter mit Führungsaufgaben in KMUs, die kein Studium der Betriebswirtschaft absolviert haben. Es geht auch nicht um eine wissenschaftlich korrekte Ausarbeitung des Themas. Auch wurde nicht ein x-ter Ansatz mit einem wundersamen Namen erfunden, der am Ende doch nur das schon Bekannte in neuem Gewand darstellt. Es geht schlicht um konkrete Strategieentwicklung im realen Unternehmenskontext. Und das ist gut so.

Schaut man sich die sehr gut gestalteten und informativen Power-Point-Folien an, bestätigt sich die im Leitfaden beschriebene Zielgruppe. Es wird sehr grundlegend über Strategieentwicklung gearbeitet. Während der Neuling diese wichtigen Informationen benötigt, wird sich eine erfahrene Führungskraft vor allem am ersten Tag schnell langweilen. Das Themenspektrum umfasst das Management, die Begriffsklärung von Strategie und Strategie-Ebenen, Bedeutung und Formulierung von Zielen und eine erste Einführung in die Umweltanalyse.

Deutlich spannender wird es mit den Materialien für den zweiten Tag. PESTEL-Analyse, Five-Forces-Modell, Konkurrenzanalyse und Stakeholder-Analyse werden nicht nur einfach erläutert, sondern durch Übungen für den praktischen Einsatz erschlossen. Der Aufbau ist logisch und sehr praxisrelevant. Außer der Power-Point-Präsentation hält die CD-ROM gute Arbeitsblätter und Handouts zu den verschiedenen Seminarphasen- und Themen vor, die unmittelbar genutzt werden können, wenn man sich mit Corporate-Design einverstanden erklärt. Es ist aber völlig unproblematisch und auch erlaubt, die Materialien zu überarbeiten.

Am dritten Tag geht es gewohnt gut strukturiert und dargestellt mit 101 Power-Point-Folien weiter. Die Themen beziehen sich weiterhin auf die Analyse, bevor sich zum Schluss die Aufgabe ergibt, eine Strategie zu formulieren. Als weitere Analyse-Tools werden verwendet: 7-S-Modell, Kostenstrukturanalyse, Wertkettenanalyse, Produktlebenszyklus und SWOT-Analyse. Auch hier ergänzen wieder Handouts, Arbeitsblätter und Fallstudien die PPT-Folien und ermöglichen die Erarbeitung im Seminar.

Damit die konkrete Präsentation an den drei Seminartagen nicht durch ständigen Einsatz von Computer und Beamer ermüdend wird, finden sich zu den verschiedenen Themen auch Vorschläge für die Gestaltung von Flipcharts oder Pinnwänden.

Hinter dem Begriff „Trainingsdesign“ verbirgt sich eine Word-Datei, die detailliert eine zeitliche Planung und einen möglichen Einsatz der Materialien mit Hinweisen zu Alternativen als Fahrplan auf 14 A4 Seiten beinhaltet. Mit diesem Schlüssel sollte es ein leichtes sein, ein Seminar zum Thema auf die Beine zu stellen.

Insgesamt handelt es sich um eine echte Hilfe für Trainer, das Thema Strategie als Seminar zu gestalten und durchzuführen. Es ist an alles gedacht, selbst Hinweise zu den Seminarräumen und der Gruppengröße werden gegeben.

Gespannt kann man deshalb schon jetzt auf die Fortsetzung sein, die sich mit der Strategieumsetzung befasst und hoffentlich bald erscheint.