

# Unternehmensstrategien

erfolgreich entwickeln und umsetzen



Max. 20  
Teilnehmer  
400-seitiges  
Nachschlagewerk

**Tag 1:** Unternehmensstrategien entwickeln und bewerten

**Tag 2:** Die Steuerung mit Zahlen: das Unternehmenscockpit

**Tag 3:** Neu denken: das Innovationsmanagement

**Tag 4:** Die Umsetzung: Change Management

Ehemalige Teilnehmer  
bewerten die Akademie  
mit der Note 1,2



**Tobias Augsten,**  
Mitglied des Aufsichtsrats,  
Rödl Consulting AG, Nürnberg  
*„Strategie: raus aus dem Lehrbuch rein  
in die Unternehmenspraxis.“*

## Unternehmensstrategien entwickeln und formulieren

### Was ist Strategie?

- Woher stammt eigentlich der Begriff?
- Die Bestandteile einer Strategie
- Der Prozess des strategischen Managements
- Visionen und Langfristziele

### Die strategische Analyse

- Wesentliche Instrumente der strategischen Analyse
- Wettbewerberanalyse Differenz-Eignungsprofil
- Marktanalyse
- SWOT Analyse
- Finanzanalyse

### Geschäftsmodell und Kernkompetenzen

- Der Begriff der „Kernkompetenzen“
- Ableitung heutiger und morgiger Kernkompetenzen
- Gestaltung der Wertschöpfungskette
- Mögliche Konfigurationsmanöver
- Kapitalisierung und Wertschöpfung
- Das Brechen von Branchenregeln

## Strategien formulieren

### Bewertung strategischer Optionen

- Der Unternehmenswertansatz
- Werttreiberanalyse
- BCG de Bono
- Marakon Matrix
- Strategisches Denken = Denken in Alternativen

### Die Strategieformulierung

- Einigung über Vision und Langfristziele
- Bewertung strategischer Optionen
  - Rendite
  - Wachstum
  - Risiko
- Formulierung der strategischen Ziele



### Noch FRAGEN?

Ein praxisorientierter Diskurs mit den Referenten ist garantiert. Darüber hinaus nehmen wir im Vorfeld Ihre Wünsche zur individuellen Ausgestaltung des Lehrgangs gerne auf. Auch die Autoren der schriftlichen Begleitmodule beantworten Ihre Fragen jederzeit gerne.

### Lernziele: Nach dem Seminar wissen Sie, wie Sie ...

- die besten Managementkonzepte in der Praxis anwenden können,
- Entscheidungen von großem Umfang sicherer treffen,
- Ihr Geschäftsmodell wirksam weiterentwickeln und
- Vision und strategische Unternehmensziele formulieren können.

### Arbeitsweise

- Inputphasen zu den einzelnen Blöcken
- Vertiefung und Diskussion des Gelernten

### Wir lassen den Tag gemeinsam ausklingen

Am Ende dieses Lehrgangstages laden wir Sie herzlich zu einem gemeinsamen Brauhausbesuch ein. Nutzen Sie die Gelegenheit, in zwangloser Atmosphäre neue Kontakte zu knüpfen.



Mittwoch, 11. September 2013 in Düsseldorf  
Freitag, 8. November 2013 in München



**Tobias Augsten**



**Haymo Spiegel,**  
Partner, Rödl Consulting AG, Stuttgart  
*„Vorbei mit dem Elfenbeinturm: keine Strategie  
ohne die passenden Kennzahlen!“*

## Die Umsetzung mit dem Unternehmenscockpit

### Der Strategieprozess im Unternehmen

- Die Firmenstrategie als Ergebnis des strategischen Planungsprozesses
- Logistische Vorbereitung des Strategieprozesses
- Auswahl der Teilnehmer
- Herausforderungen im Rahmen der Strategieumsetzung
- Worauf kommt es bei der strategischen Planung an?

### BSC und Strategieumsetzung

- Die Rolle der Balanced Scorecard im Rahmen der Strategieumsetzung
- Die Bedeutung der Strategiekommunikation
- Strategieverankerung in den Bereichen und Zielabstimmung

### Die BSC Entwicklung

- Strategiegerechte Planung
- Wie überführt man Strategien in konkrete Projekte?
- Die Bedeutung der Strategiekommunikation
- Strategieverankerung in den Bereichen und Zielabstimmung

### Das Strategiereporting

- Strategie und Reporting
- Strategien verbindlich machen mit Zielvereinbarungen
- Die häufigsten Fehler bei der Strategieumsetzung

### Lernziele: Nach dem Seminar wissen Sie, wie Sie ...

- den Strategieprozess im Unternehmen organisieren können,
- aus einem Kennzahlensystem ein Unternehmenscockpit formulieren,
- die Akzeptanz für ein Kennzahlensystem in der Praxis steigern können.

### Arbeitsweise

- Inputphasen zu den einzelnen Blöcken
- Vertiefung und Diskussion des Gelernten
- Ein Case in Gruppenarbeit

Donnerstag, 17. Oktober 2013 in München  
Mittwoch, 27. November 2013 in Düsseldorf



Tobias Augsten



Dr. Harald Brodbeck,  
Direktor, Helbling Management  
Consulting AG, Zürich  
*„Innovationsmanagement – From good to great!“*

## Neu denken: das Innovationsmanagement

### Die Stellschrauben eines wirksamen Innovationsmanagements

- Innovationsstrategie – Strategische Orientierung für Innovationsaktivitäten
- Innovationsprozess – Mehr Kundennutzen schneller in den Markt bringen
- Innovationsinstrumente – Systematischer Einsatz von beherrschten Methoden und Werkzeugen
- Innovationsstrukturen – Optimales Zusammenspiel dauerhafter und temporärer Strukturelemente
- Innovationskultur – Verbreiterung der Beteiligung am Innovationsgeschehen

### Innovationsmanagement strategisch betreiben – „From good to great“

- Innovationsbegriff – Vom individuell interpretierten Schlagwort ... zum gemeinsamen Verständnis von „Innovation“
- Innovationsbedarf – Von der latent verspürten Notwendigkeit ... zur quantifizierten und qualifizierten Innovationslücke!
- Strategische Suchfelder – Von der ungerichteten Suche nach Innovationen ... zur Fokussierung auf strategisch relevante Fragestellungen!
- Kundenbedürfnisse – Von der artikulierten Bedürfnissen der besten Kunden ... zu einem visionären Kundenverständnis!
- Marktleistungen – Von der steten Produktverbesserung ... zur Vermittlung herausragender Kauf- und Nutzungserlebnisse!
- Technologien – Vom reinen „Mittel zum Zweck“ ... zum eigenständigen Potenzial für disruptive Innovationen!

### Lernziele: Nach dem Seminar kennen Sie ...

- Stellenwert, Anspruch und Realität von Innovationen in der unternehmerischen Praxis,
- das Konzept „wirksames Innovationsmanagement“ und die Stellschrauben zur Erhöhung der Innovationsfähigkeit des Unternehmens (inkl. ausgewählter „Best-Practice“-Erfolgsmerkmale),
- den (großen!) Innovationsspielraum zur Befriedigung der Bedürfnisse Ihrer Kunden,
- schlagkräftige Methoden und Instrumente zum Aufspüren von Innovationspotenzial,
- zahlreiche Beispiele für Innovationen entlang des Innovationsspielraums.

### Arbeitsweise

- Inputphasen zu den einzelnen Blöcken
- Flüstergruppen zur Vertiefung und Diskussion des Gelernten
- Eine Gruppenarbeit inkl. anschließender Präsentation

### Wir lassen den Tag gemeinsam ausklingen

Am Ende dieses Lehrgangstages laden wir Sie herzlich zu einem gemeinsamen Brauhausbesuch ein. Nutzen Sie die Gelegenheit, in zwangloser Atmosphäre neue Kontakte zu knüpfen.



### NACHLESEN gefällig?

Zu jedem Akademiebestandteil erhalten Sie umfangreiche und didaktisch wertvolle Unterlagen in Print- und Digitalversion. Mit Hilfe von zahlreichen Beispielfällen, Checklisten, etc. können Sie das Gelernte vertiefen.



**Tobias Augsten**



**Anna Beinlich,**  
Beraterin, Hamburg  
*„Alle möchten Fortschritt, keiner will Veränderung.  
Veränderungsprozesse leiten – und erleiden.“*

## Die Umsetzung: Change Management

### Strategieumsetzung und Change Management

- Wechselwirkung und Abhängigkeiten zwischen Strategie und Change Management
- Wege zur effektiven Umsetzung der Maßnahmen aus der Strategieentwicklung
  - Umgang mit den Maßnahmen aus der Strategieentwicklung
  - Structure follows strategy:  
Strategische Organisationsentwicklung
  - Unternehmenskultur als Stütze oder Stolperstein

### Psychologie der Veränderung

- Widerstände erkennen und der Umgang damit
- Strategiekonforme Kompetenzentwicklung der Mitarbeiter
- Umfang mit Veränderungen im Spiegel der Persönlichkeit
- Steuerung von Veränderungsprozessen

### Managen von Veränderungsprozessen

- Führung im Umsetzungsprozess:  
Die Führungskraft als Change Manager
- Unterschied zwischen Veränderung machen und Veränderungen managen
- Planungsschritte für interne Change Manager und Führungskräfte
- Change Kommunikation

### Lernziele: Nach dem Seminar können Sie ...

- Widerstände erkennen und mit diesen umgehen,
- Veränderungsprozesse steuern,
- den Unterschied zwischen Veränderung machen und Veränderungen managen,
- die Planungsschritte für interne Change Manager und Führungskräfte nachvollziehen.

### Arbeitsweise

- Inputphasen zu den einzelnen Blöcken und Modellen
- Erarbeitung von Anwendungsmöglichkeiten in Kleingruppen
- Diskussion und kollegiale Beratung von aktuellen Praxisanliegen



## Zeitplan der Akademie

### Tag 1 und Tag 3

9.00 – 9.30	Empfang mit Kaffee und Tee Ausgabe der Tagungsunterlagen
9.30 – 11.00	Beginn des Lehrgangs Teil 1
11.00 – 11.30	Pause mit Kaffee und Tee
11.30 – 13.00	Lehrgang Teil 2
13.00 – 14.00	Gemeinsames Mittagessen
14.00 – 15.30	Lehrgang Teil 3
15.30 – 16.00	Pause mit Kaffee und Tee
16.00 – 17.30	Lehrgang Teil 4
17.30	Ende des Lehrgangs

Anschließend gemeinsamer Brauhausbesuch

### Tag 2 und Tag 4

8.30 – 10.00	Beginn des Lehrgangs Teil 1
10.00 – 10.30	Pause mit Kaffee und Tee
10.30 – 12.00	Lehrgang Teil 2
12.00 – 13.00	Gemeinsames Mittagessen
13.00 – 14.30	Lehrgang Teil 3
14.30 – 15.00	Pause mit Kaffee und Tee
15.00 – 16.30	Lehrgang Teil 4
16.30	Ende des Lehrgangs

Denken Sie weiterhin strategisch und nutzen Sie diesen Leitfaden für Ihre unternehmerische Praxis. Damit Ihren Strategien auch Taten folgen!

Bei persönlichem Interesse haben Sie die Möglichkeit ein weiteres schriftliches Zusatzmodul zu Rate zu ziehen.

- Synchronisation zwischen Eigentümer und angestelltem Geschäftsführer

### Info-Telefon: 0211/ 96 86 – 31 71

Sie haben Fragen? Bitte rufen Sie uns an! Wir beraten Sie gerne zu dieser innovativen Weiterbildung.



Dipl.-Kaufrau  
**Dörthe Siebels-zur Brügge**  
Senior-Konferenz-Managerin Finance



**Karin Steinbach**  
Senior-Konferenz-Koordinatorin  
E-Mail: karin.steinbach@euroforum.com

# Gestalten Sie die Zukunft Ihres Unternehmens aktiv!

Als Unternehmer und Führungskraft treffen Sie heute Entscheidungen von hoher strategischer Dimension. Sie übernehmen Firmen, entwickeln neue Vertriebsgebiete, verändern Ihr Produkt-/Marktkonzept, verlagern Produktionsstandorte etc. Die Unsicherheit dieser Entscheidungen ist stark angestiegen. Sie müssen Frühwarnindikatoren schneller wahrnehmen; Kunden und Wettbewerber werden Sie in Zukunft vor deutlich größere Herausforderungen stellen als je zuvor. Die Probleme im eigenen Unternehmen kommen immer erst mit der Umsetzung: Sie stehen vor der Herausforderung, den Strategieprozess als Kern aller Managementprozesse zu organisieren und die Managementqualität in Ihrem Unternehmen zu steigern. Sie müssen lernen, mit Widerständen umzugehen und sind gefordert, Innovationen im Strategieprozess zu entwickeln.


## Unternehmensstrategie ist meistens im Kontext besonderer unternehmerischer Entwicklungen zu sehen:

- Wie ist der richtige Weg zur Internationalisierung?
- Wie gestalte ich meine Wertschöpfungsketten neu?
- Wie sichere ich einen ständigen Strom an Innovation?
- Wie gestalte ich meine IT Landschaft zukunftssicher?

## Top-Referenten aus der Praxis geben ihr Wissen an Sie weiter. Wir zeigen Ihnen

- eine logische Darstellung der Strategieentwicklung und -umsetzung im Kontext bestehender Managementsysteme,
- den Nutzen und die Verwendbarkeit der Balanced Scorecard,
- die Einbindung der Führungskraft als Changemanager und Motivator, die ihre Mitarbeiter bei der Umsetzung beflügeln,
- wie die Innovationsführer der Branche Ihre Prozesse organisieren,
- die ständige Einbindung konkreter Fallbeispiele und Best Practice von erfolgreichen Unternehmen.

## Gute Gründe für Ihre Teilnahme

 In 2 Blöcken à 2 Tagen erhalten Sie einen optimalen Überblick über Strategie: Sie haben keine lange Abwesenheit im Büro und zwischen den beiden Terminen Zeit, um das Gelernte zu vertiefen.



Ein 400 seitiges ausformuliertes Nachschlagewerk on top ermöglicht Ihnen, den behandelten Stoff fundiert nachzubereiten.



Lernen in kleiner Gruppe (max. 20 Teilnehmer) ermöglicht einen intensiven Austausch mit Referenten und Kollegen. Ihre persönlichen Fragestellungen werden berücksichtigt. Fragen zu den Inhalten beantworten Ihre Referenten auch nach Abschluss der Akademie.



Ihre Referenten sind Experten auf dem Gebiet der Unternehmensstrategie und zeichnen sich durch langjährige Erfahrung in ihren Fachgebieten aus.



Sie erhalten nach Ihrer Teilnahme an dieser Akademie ein detailliertes Teilnahme-Zertifikat. Hiermit können Sie Ihre erworbene Expertise demonstrieren!

## Für wen ist diese Akademie konzipiert?

- Geschäftsführer, Mitglieder der Geschäftsleitung und Mitglieder des Vorstands
- Eigentümer und Nachfolger von mittelständischen Unternehmen
- Leitende Mitarbeiter mit Umsatzverantwortung, die alle Wachstumspotenziale nutzen möchten
- Führungskräfte, die neue Geschäfte, Innovationen oder den Ausbau von Marktanteilen verantworten
- Leiter und Mitarbeiter der Unternehmensplanung und -entwicklung



Ihr persönlicher  
Anmeldecode

schriftlich: EUROFORUM Deutschland SE, Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf  
per E-Mail: [anmeldung@euroforum.com](mailto:anmeldung@euroforum.com)  
per Fax: +49 (0)2 11/96 86-4040  
telefonisch: +49 (0)2 11/96 86-31 71 [Karin Steinbach]  
im Internet: [www.euroforum.de/unternehmensstrategie](http://www.euroforum.de/unternehmensstrategie)

**TEILNAHMEBEDINGUNGEN.** Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken pro Person zzgl. MwSt. ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor. Zum Erhalt des Gruppenbuchungsrabatts ist ausschlaggebend, wie viele Personen am Veranstaltungstag als Teilnehmer gebucht sind.

**DATENSCHUTZINFORMATION.** Die EUROFORUM Deutschland SE verwendet die im Rahmen der Bestellung und Nutzung unseres Angebotes erhobenen Daten in den geltenden rechtlichen Grenzen zum Zweck der Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen postalisch Informationen über weitere Angebote von uns sowie unseren Partner- oder Konzernunternehmen zukommen zu lassen. Wenn Sie unser Kunde sind, informieren wir Sie außerdem in den geltenden rechtlichen Grenzen per E-Mail über unsere Angebote, die den vorher von Ihnen genutzten Leistungen ähnlich sind. Soweit im Rahmen der Verwendung der Daten eine Übermittlung in Länder ohne angemessenes Datenschutzniveau erfolgt, schaffen wir ausreichende Garantien zum Schutz der Daten. Außerdem verwenden wir Ihre Daten, soweit Sie uns hierfür eine Einwilligung erteilt haben. Sie können der Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung oder der Ansprache per E-Mail oder Telefax jederzeit gegenüber der EUROFORUM Deutschland SE, Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf widersprechen.

**ZIMMERRESERVIERUNG.** Im Tagungshotel steht Ihnen ein begrenztes Zimmerkontingent zum ermäßigten Preis zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung direkt im Hotel unter dem Stichwort „EUROFORUM-Veranstaltung“ vor.

Am Abend des ersten Veranstaltungstages lädt Sie das Van der Valk Airporthotel Düsseldorf herzlich zu einem Umtrunk ein.



EUROFORUM-AKADEMIE

# Unternehmensstrategien

erfolgreich entwickeln und umsetzen

10. und 11. September 2013, Düsseldorf, Van der Valk Airporthotel, Düsseldorf

Am Hülserhof 57, 40472 Düsseldorf, Telefon: 02 11/2006 32 00

17. und 18. Oktober 2013, Hotel Excelsior, München

Schützenstr. 11, 80335 München, Telefon: 089/551 37 11 21

7. und 8. November 2013, Hotel Excelsior, München

27. und 28. November 2013, Düsseldorf, Van der Valk Airporthotel, Düsseldorf

Max. 20  
Teilnehmer

400-seitiges  
Nachschlagewerk

Jetzt schnell und  
bequem online  
anmelden!

[www.euroforum.de/veranstaltungen/direkt-anmelden](http://www.euroforum.de/veranstaltungen/direkt-anmelden)

oder ausfüllen und faxen an: 02 11/96 86-40 40

Ja, ich nehme teil zum Preis von € 3.999,- p. P. zzgl. MwSt.

am 10. und 11. September 2013 in Düsseldorf und  
am 17. und 18. Oktober 2013 in München [P1105992M014]

Bitte reservieren Sie mir unverbindlich \_\_\_\_\_ Platz/Plätze in Düsseldorf  
bis zum 5. Juli 2013.

am 7. und 8. November 2013 in München und  
am 27. und 28. November 2013 in Düsseldorf [P1105993M014]

Bitte reservieren Sie mir unverbindlich \_\_\_\_\_ Platz/Plätze in München  
bis zum 30. August 2013.

[Ich kann jederzeit ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer benennen].

[Im Preis sind ausführliche Tagungsunterlagen enthalten.]

Ich interessiere mich für **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten.**

Ich möchte **meine Adresse wie angegeben korrigieren** lassen.

[Wir nehmen Ihre Adressänderung auch gerne telefonisch auf: +49(0)2 11/96 86-33 33.]

Name	
Position/Abteilung	
Telefon	Fax
E-Mail	
Die EUROFORUM Deutschland SE darf mich über verschiedenste Angebote von sich, Konzern- und Partnerunternehmen wie folgt zu Werbezwecken informieren: Zusendung per E-Mail: <input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein      Zusendung per Fax: <input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein	
Firma	
Anschrift	
Branche	
Ansprechpartner im Sekretariat	
Datum, Unterschrift	