

**WIR
SIND
DA**

STRATEGIEENTWICKLUNG IN DER KOOSA AG

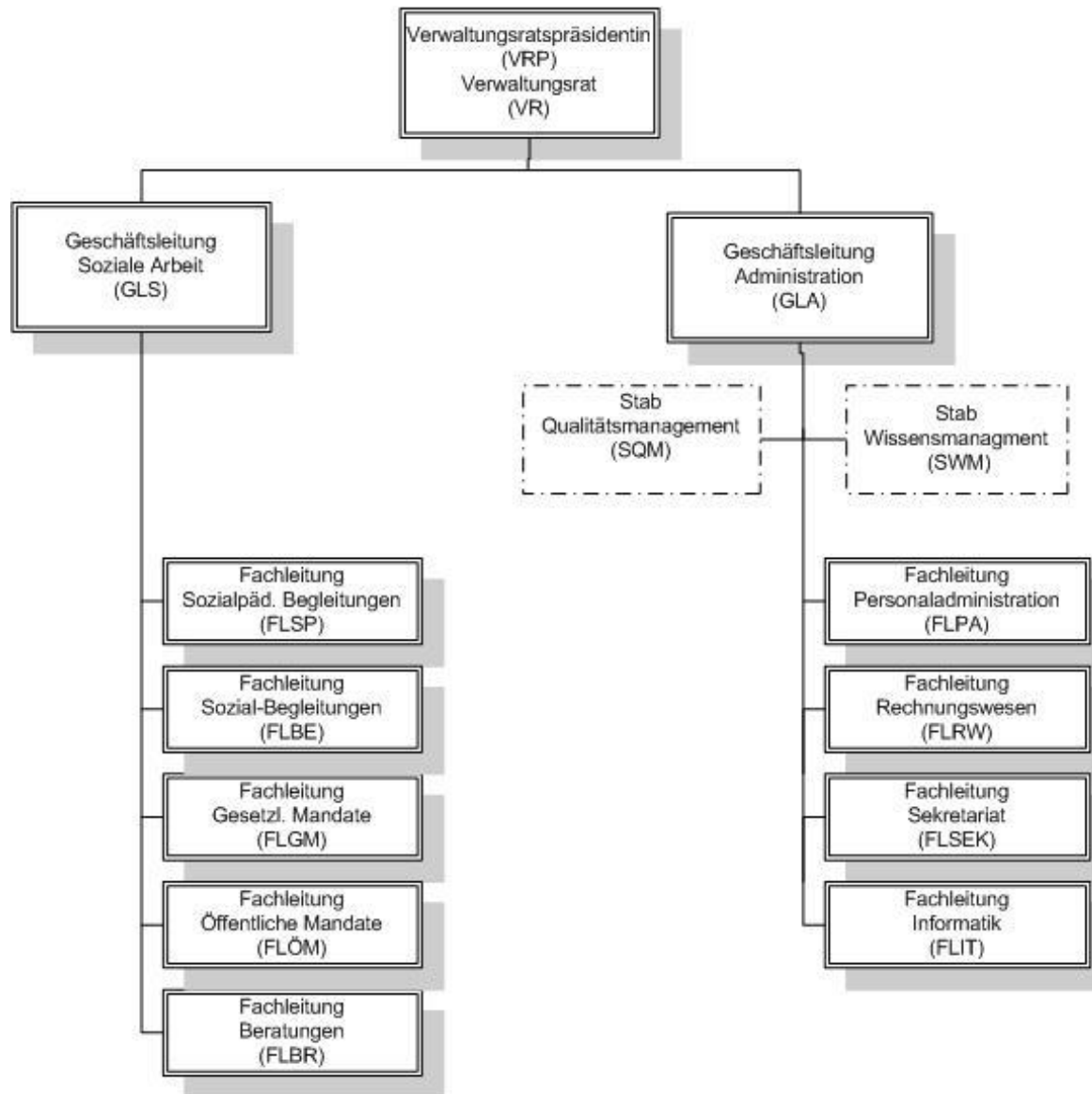
VORGEHEN, STOLPERSTEINE UND ERFOLGSFAKTOREN IN DER PRAXIS

Daniel Suter, Gründer und Geschäftsleitung Administration



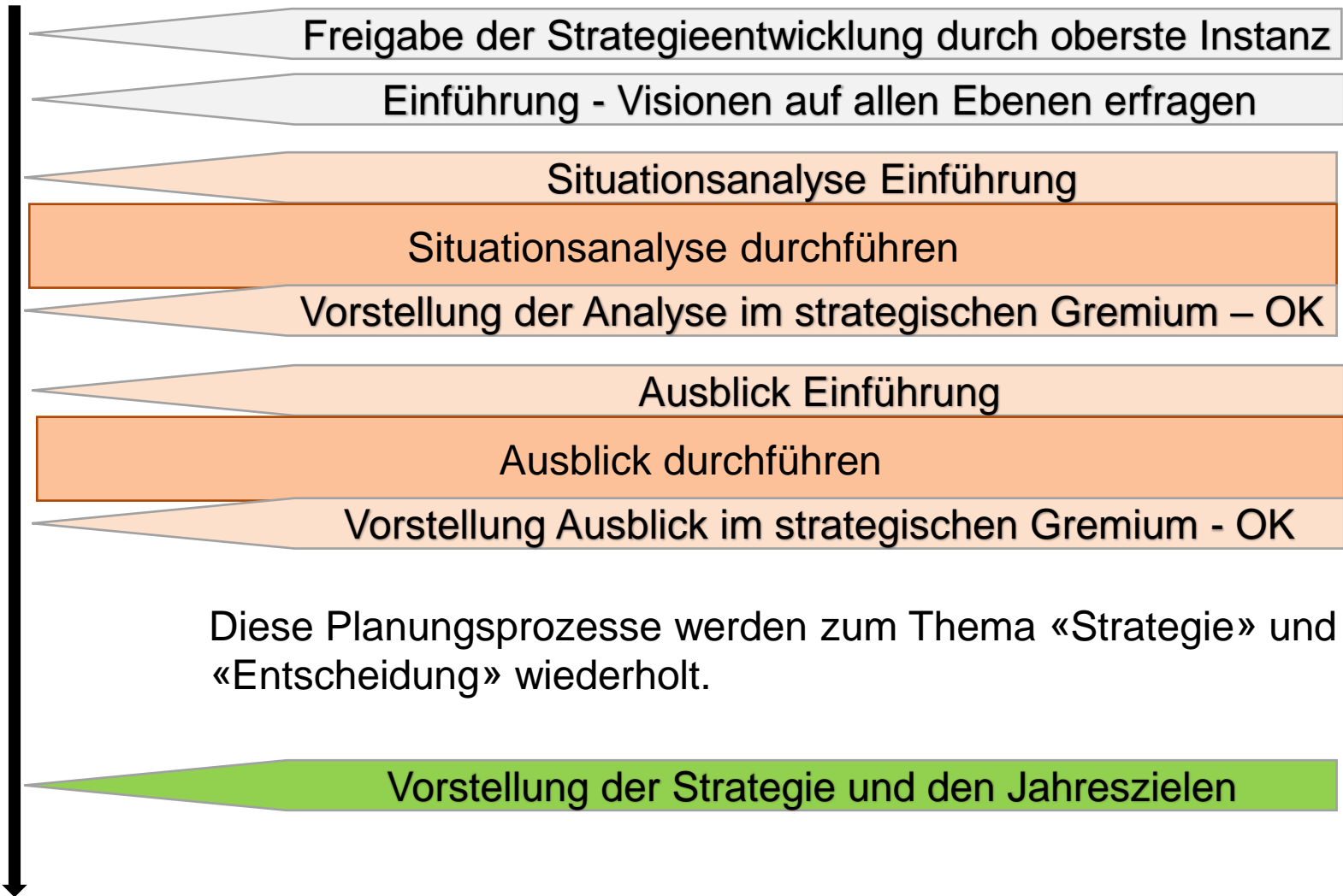
KO-OPERATIVE SOZIALE ARBEIT

22. November 21



VORGEHEN

Zeitplan erstellen



Visionen auf allen Ebenen erfragen

Was könnte Koosa im Jahr 2028 speziell ausmachen?

Welche Produkte wären vorstellbar?

Wie könnte die Organisation aussehen?

Wie wird eure Rolle aussehen?

STOLPERSTEINE

Zeitplan

Die Planung wird zu spät aufgezogen (innerhalb von sechs Monaten)

Unsicherheit, ob diese in der Realität durchgezogen werden kann.

Befürchtung, dass nicht alle Akteur*innen im Boot sein können.

Die Planung wird zu früh aufgezogen (innerhalb von 24 Monaten)

Ahnung, dass dieser Plan sich noch ändern wird.

Die Ablaufplanung ist nicht synchron mit dem Kommunikationsprozess

Resignation, da die Wirklichkeit keine optimal Kommunikation zulässt.

= Meinungsführer*innen werden für die Planung bevorzugt.

Situationsanalyse

- Die Geschäftsdaten für die Analyse müssen aufbereitet werden oder sind lückenhaft vorhanden.
- Bei mehreren Personen in der Geschäftsleitung muss ein Konsens bei einigen Inhalten gefunden werden. Z.B. Stärken – Schwächen
- Die Wettbewerbsstellung ist unklar, da die Konkurrenzanalyse veraltet ist.

Ausblick

- Bei mehreren Personen in der Geschäftsleitung muss ein Konsens bei vielen Inhalten gefunden werden.
- Hier kann es zu Störungen, die entlang der Anforderung ausbrechen und in Folge zu faulen Kompromissen kommen.
- Unbereinigte Störungen können später in der Strategieumsetzung zu erheblichen Schwierigkeiten führen.

Strategie

- Bei mehreren Personen in der Geschäftsleitung müssen spätestens hier Dissenzen aufgegriffen und Lösungen gefunden werden.
- Die Dissenz muss dem Strategiegremium kommuniziert werden, damit auf das Thema sensibilisiert wird.

Entscheidung

- Bei der Entscheidung muss das ganze strategische Gremium anwesend sein.
- Optimal wäre die Teilnahme von Vertreter*Innen der Belegschaft.

ERFOLGSFAKTOREN

Zeitplan

- Vor der Planung den Inhalt, die Vorgehensweise des ganzen Prozesses kennenlernen und studieren.
- Gute Zeit Ressourcen auf allen Ebenen
- Gute Einführung in das Thema
- Notfallszenarien mitdenken – Was machen wir falls...?

Situationsanalyse

- Genügend Sitzungen auf Geschäftsleitungsebene zur Erarbeitung einplanen.
- Bei «strategischen Schlüsselfragen» gut hinschauen

Die Situationsanalyse beinhaltet viele «AHA – Effekte» und bietet ein breites Fundament.

Ausblick

- Verschiedene Persönlichkeitstypen werden angesprochen.

Die Exakte – Der Kreative – Die Zielstrebige – Der Kontinuierliche

- Je vielfältiger die Geschäftsleitung zusammengesetzt ist, desto Schwieriger aber auch desto Nachhaltiger.

Strategie

- Die Aufteilung in «Minima», «Media» und Maxima gibt dem komplexen Prozess etwas spielerisches.
- Die Schlagzeilen helfen dabei, das Thema auf den Punkt zu bringen.

Entscheidung

- Das Strategie Entscheidungsgremium ist durch den ganzen Prozess informiert worden und hat jetzt die Möglichkeit eine Strategie zu beschliessen, die alle verstehen und mittragen können.