

**STRATEGIE & Innovation
MIS & Business Redesign**

Mag. Harald Schützinger
Südanger 27 - Rudersbach
4202 Sonnberg i. Mkr.
Fax: +43(0)7215 / 39 0 48
Mobil: +43(0)664 / 241 39 80
✉ schuetzinger@orange-cosmos.com
URL : www.orange-cosmos.com

Member of  Managementcenter Nord
www.managementcenternord.at

Testfirma XY GmbH
z.Hd. Herrn Geschäftsführer Mustermann
Musterstraße 99
9999 Musterort

Sonnberg, xx.xx.20xx
UID-Nr.: ATU40830204

Angebot zur „Strategieentwicklung“

Schönen guten Tag Frau Musterfrau!
Schönen guten Tag Herr Mustermann!

Vielen Dank für das Angebotsgespräch vom xx.xx.20xx in Ihrem Haus.

Im folgenden Angebot möchte ich die Inhalte unseres Gespräches zusammenfassen:

Ziel des Projektes:

- Positionierung und Planung des Erfolges Ihrer **Muster GmbH** – d.h. „Wo steht Ihr Unternehmen in 1, 3 bzw. 5 Jahren und wie kommen Sie dort hin?!“
- Erarbeitung, Abstimmung und Vergemeinschaftung der Unternehmensphilosophie zwischen den 3 Gesellschaftern / Geschäftsführern.
- Fixierung der Grundstrategie samt detaillierter Ziele.
- Umsetzungskonzeption und detailliertes Maßnahmenpaket zur festgelegten Strategie.
- Kommunikation der Strategie mittels Leitbildarbeit.

Projektteilnehmer:

Mustermann, Musterfrau, GF3, NN4, NN5

Ablauf des Projektes:

Schwerpunkt	Projektschritt:	Teilnehmer:	Termin / Zeit:	Moderation:
1a. Persönliche Ziele	<p>OrangeCosmos – Lebens- und Berufsinventur –Bogen, Life Balance Analyse und Ziele-Radar</p> <p>Zur Verfügung-Stellung der Instrumente (= strukturierte EDV-Fragebögen mit Prozesssteuerungselementen) zum Selbstcoaching. Bei Bedarf sind jederzeit telefonische Rückfragen möglich.</p> <p>Gerne bieten wir Ihnen für diese wesentliche Phase in der Strategiefindung individuell ein begleitendes Coaching an.</p> <p>Ergebnis: Jeder der 3 Gesellschafter-Geschäftsführer definiert für sich, was er „wirklich“ erreichen will und wie dies in Zusammenhang mit dem Unternehmen gelingen kann.</p>	GF1, GF2, GF3	Sofort nach Auftragserteilung;	nein
1b. Persönliche Ziele vergemeinschaften und Projektmanagement	<p>Vergemeinschaftung der persönlichen Ziele</p> <p>Die persönlichen Ziele der Gesellschafter-Geschäftsführer stellen den Rahmen dar, in dem Strategien überhaupt entwickelt werden können. Aus diesem Grund werden vorab die persönlichen Zielvorstellungen der Gesellschafter / Geschäftsführer kommuniziert, ausgetauscht und auf eine gemeinsame Linie gebracht.</p> <p>Ergebnis: Erkennen und Entwicklung gemeinsamer Zielvorstellungen der Gesellschafter / Geschäftsführer, sodass die Führung an einem Strang zieht und der Rahmen für die Strategie gesetzt wird.</p> <p>Geschäftsfeldeinteilung und Definition der strategischen Themen</p> <p>Die für Ihr Unternehmen strategisch relevanten Themen werden gesammelt und bewertet, die strategischen Geschäftsfelder des Unternehmens (bestehende und potenziell neue) werden identifiziert.</p> <p>Projektmanagement</p> <p>Das Strategieprojekt wird im Detail abgestimmt. Wer ist bei welchen Prozessschritten wann wie beteiligt? Welche Vorbereitungsarbeiten sind bis zu diesen Terminen jeweils zu machen?</p>	GF1, GF2, GF3	1 Tag am xx.xx.20xx	ja
2. Datengrundlagen schaffen	<p>Zur Verfügung-Stellung einer umfangreichen Checkliste, aufgrund der für den Strategieprozess wichtige Daten und Informationen (je GF und Thema) erhoben werden.</p> <p>Bei Bedarf sind telefonische Rückfragen möglich. Selbstverständlich kann auch Unterstützung bei der Erarbeitung und Auswertung der Daten angeboten werden. Wir haben eine sehr gute Expertise in der mehrdimensionalen Auswertung von Daten (inkl. Anwendung von OLAP-Systemen) und damit zur Verknüpfung zu neuen Informationen. Ebenso führen wir auch gerne für Sie Marktstudien und Marktbefragungen durch.</p> <p>Ergebnis: Bereits das Erkennen strategisch relevanter Informationen führt zu einer Fokussierung auf die strategisch richtigen Ideen.</p>	GF1, GF2, GF3, NN4, NN5	Nach dem Projektmanagement bis zum Kick-Off	nein



3 a. Strategie-Kick-Off	<p>SWOT samt Synthese (Stärken – Schwächen – Chancen – Risiken samt Synthese)</p> <p>Aufgrund der Stärken-, Schwächen-, Chancen-, Risiken-Synthese ergeben sich zahlreiche Strategieoptionen. Weiters wird an diesem Tag beschlossen, welche Ideen und Bereiche in der Folge vertieft werden.</p> <p>Ergebnis: Es werden zahlreiche strategische Ideen (= Strategieoptionen) entwickelt, die in der Folge noch näher betrachtet werden.</p>	GF1, GF2, GF3, NN4, NN5 und weitere 10 Mitarbeiter aus allen Bereichen.	1 Tag am xx.xx.20xx	ja
3 b. Vertiefungen	<p>Vertiefungsarbeiten hinsichtlich der im Rahmen der SWOT erarbeiteten Ideen</p> <p>Ergebnis: Jeder evaluiert bestimmte Ideen bis zum nächsten Termin.</p>	GF1, GF2, GF3, NN4, NN5	Bis zum nächsten Termin	nein
4. Lösungsbogen	<p>Erarbeitung weiterer konkretisierter Lösungsideen</p> <p>(mit dem Lösungsbogen oder nach Open Synergy -Methode) unter Beachtung der bereits evaluierten Ideen gem. SWOT und unter Beachtung aller relevanten Bereiche eines Unternehmens (von Zielgruppenbearbeitung bis Personalführung). OpenSynergy ist hierbei eine Methode, bei der eine größere Gruppe in der Lage ist, wie mit einem Kopf zu denken.</p> <p>Ergebnis: Es wird die maximale Breite an Strategieoptionen (strategischen Ideen) erzeugt. Auf dieser Basis kann die richtige Grundstrategie abgeleitet werden.</p>	GF1, GF2, GF3, NN4, NN5	2 Tage am xx.xx.20xx und xx.xx.20xx	ja
5. Grundstrategie	<p>Ableitung der Grundstrategie (Unternehmensphilosophie, Leitbild, USP, Strategien)</p> <p>Auf Basis der Datengrundlagen und aufgrund der zahlreichen Ideen (gem. SWOT und Lösungsbogen sowie eventuell OpenSynergy-Prozess) wird die Grundstrategie abgeleitet. Gemäß „Störungsanalyse“ wird gecheckt, ob die Ziele auch wirklich erreicht werden können.</p> <p>Ergebnis: Festlegung der Grundstrategie. D.h. wo steht das Unternehmen in 3 Jahren und wie kommen wir dort hin.</p>	GF1, GF2, GF3	½ Tag am xx.xx.20xx	ja
6. Strategie-Programm	<p>Ableitung des Strategieprogramms</p> <p>Die Ideen, die zur Grundstrategie passen, werden im Rahmen eines Programms operationalisiert.</p> <p>D.h. es werden die konkreten Ziele, Teilziele, Maßnahmen und strategischen Regeln und Projekte festgelegt. D.h. „wer macht wann was mit welchem Ziel.“</p> <p>Ergebnis: Aufgrund eines „control“-baren Programms soll klar erarbeitet werden, wie die Ziele konkret erreichbar sind. Die Ziele müssen neben dem Tagesgeschäft erreichbar sein.</p> <p>Die Ziele stellen auch die Basis für die Budgetierung des Unternehmens dar.</p>	GF1, GF2, GF3, NN4, NN5	1 Tag am xx.xx.20xx	z.T. ½ Tag



7. Kommunikation	Kommunikation des Strategieprogramms mittels Leitbildarbeit Eine neue Strategie sollte auch mit einem erstmaligen, neuen oder adaptierten Leitbild hinterlegt werden, damit alle Organisationsmitglieder an einem Strang ziehen. Gerade die Entwicklung eines Leitbildes ist eine gute Möglichkeit, die Strategie im Unternehmen zu verankern und die Ausrichtung zu schärfen. Weiter Kommunikationsmethoden wie Strategy-Roadmap, Übersetzung in eine Balanced Scorecard, Firmenzeitung, Informationsveranstaltung, etc. sind ebenso möglich und können von uns begleitet werden. Ergebnis: Nur eine gut kommunizierte Strategie wird auch in die Umsetzung übergeleitet.	Alle Mitarbeiter (?)	Wird noch abgestimmt.	Ja/nein
8. Umsetzung	Umsetzung der Strategie Wir lassen Sie nicht mit einem Strategiepapier im Stich. Wir begleiten ganz nach Anforderung auch Ihre Umsetzung (z.B. mittels fraktaler Prozessorganisation)			

Beraterbedarf:

Für die Schritte 1 bis 6 ergeben sich 5 Beratungstage. Für die Begleitung zwischen den Programmschritten (zur Datenanalyse und Vor- und Nachbereitung) erwarten wir ca. 1 weiteren Beratungstag.

Die Zeiten werden nach tatsächlich angefallenen Stunden (auf Viertelstundengenauigkeit) abgerechnet.

Leistungs- und Zufriedenheitsgarantie:

Sie können jederzeit mehr oder weniger Beratungseinheiten ordern.

D.h. Sie sind nicht an den Gesamtumfang des Angebotes gebunden – Sie können jederzeit auf Wunsch z.B. nach dem ersten Beratungstag ohne weiterer Moderation fortsetzen, etc..

Sind Sie mit einem Beratungsschritt nicht zufrieden, so erhalten Sie hierfür keine Rechnung.



Honorar:

Der Stundensatz beläuft sich auf € 200,00 (d.h. ein **Tag** mit 8 Stunden = **Euro 1.600,00**).

Für Nebenkosten fallen folgende Sätze an:

Fahrtzeit € 90,00

KM-Geld € 0,50 / Km

Gerechnet von Standort Sonnberg / Wels / Linz / Ernsthofen / Wien.

Förderungen:

Beachten Sie bitte die Möglichkeit von Förderungen. Gerne unterstützen wir Sie auch hierbei.

Auftragnehmer:

Ihr Auftragnehmer ist

Mag. Harald Schützinger, Südanger 27, 4202 Sonnberg

oder

Mag. Andreas Gumpetsberger, Fuxstraße 31, 4600 Wels

oder

Harald Rammerstorfer, Gerstmayrsiedlung 24, 4432 Ernsthofen

Der Auftrag wird von Partnern bzw. Mitarbeitern Ihres Auftragnehmers durchgeführt.

Vertragsbedingungen:

Es gelten die vom Fachverband für Unternehmensberatung und Datenverarbeitung erstellten „Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Unternehmensberatung“

Beratungsansatz:

Unser Beratungsansatz hat sich aus der jahrelangen Beschäftigung mit Strategieprojekten entwickelt.

Wir können daher höchste Effektivität in der Erarbeitung von Strategien gewährleisten.

Wir setzen bewährte Tools, sowohl aus den klassischen Strategieentwicklungskonzepten (wie z.B. SWOT-Analysen) als auch aus den neueren systemischen Konzepten (z.B. systemische Kernkompetenzanalyse, systemische Positionierung und Open Synergy) ein und kombinieren diese, um den Strategieentwicklungsprozess optimal zu leiten.

Ich freue mich auf Ihre Auftragserteilung.

Mit freundlichen Grüßen

Harald Schützinger

