

Tool: Erwartungsabfrage

Was?

Welche Erwartungen und Befürchtungen sind für Sie persönlich handlungsleitend?

Die Erwartungsabfrage erleichtert es, Erwartungen und Befürchtungen im Teilnehmerkreis aufzuspüren und als solche kenntlich zu machen. Dies ermöglicht einen bewussten Umgang mit ihnen, eine gemeinsame Reflexion und schärft im besten Fall den Rahmen für Ihre Suche nach einem passenden Geschäftsmodell von morgen.



Teilnehmer	ALS	PAG
„Was ist für mich persönlich mein größter Wunsch?“	<ul style="list-style-type: none"> – Steigerung Rohertrag auf 2,5 Mio € pro Jahr – Innovationsführer auf den neuen Geschäftsfeldern – Verabschiedung unrentabler Initiativen 	<ul style="list-style-type: none"> – Umsatz aus verschiedenen Branchen – Moderate Steigerung von Umsatz & Mitarbeitern – Vertrieblich vernachlässigte Felder bearbeiten
„Was ist für mich persönlich meine größte Sorge?“	<ul style="list-style-type: none"> – Verzetteln 	<ul style="list-style-type: none"> – Liquiditätsfalle – Mitarbeiterverlust (Know-how)
Strategische Herausforderungen & Fragen	<ul style="list-style-type: none"> – Insgesamt wird ein moderates Wachstum und eine Differenzierung angestrebt – Gangbaren Weg finden zwischen Sicherheitsbedürfnis und ambitionierten Zielen (Innovationsführerschaft, Differenzierung etc.) – Eine wesentliche Herausforderung besteht darin sich zu sortieren und zu fokussieren, angesichts der widerstrebenden, vielfältigen Vorhaben (Branchendifferenzierung, neue Geschäftsfelder, Pflege alter Geschäftsfelder etc.) 	

Wie?

Schritt 1:

Erläutern Sie den Rahmen und bitten Sie die Teilnehmer darum, getrennt voneinander drei grüne Karten auszufüllen mit der einfachen und bewusst offen gehaltenen Frage: „Was soll passieren?“. Außerdem ist jeder angehalten, eine rote Karte zu beschreiben: „Was ist meine größte Befürchtung?“. Machen Sie in diesem Zusammenhang immer deutlich, dass das eine nicht als das Gegenteil des anderen zu begreifen ist. Ersteres adressiert Interessen und w-möglich Bedürfnisse, der zweite Punkt zielt auf Abwehrbewegungen, Ängste und so weiter.

Schritt 2:

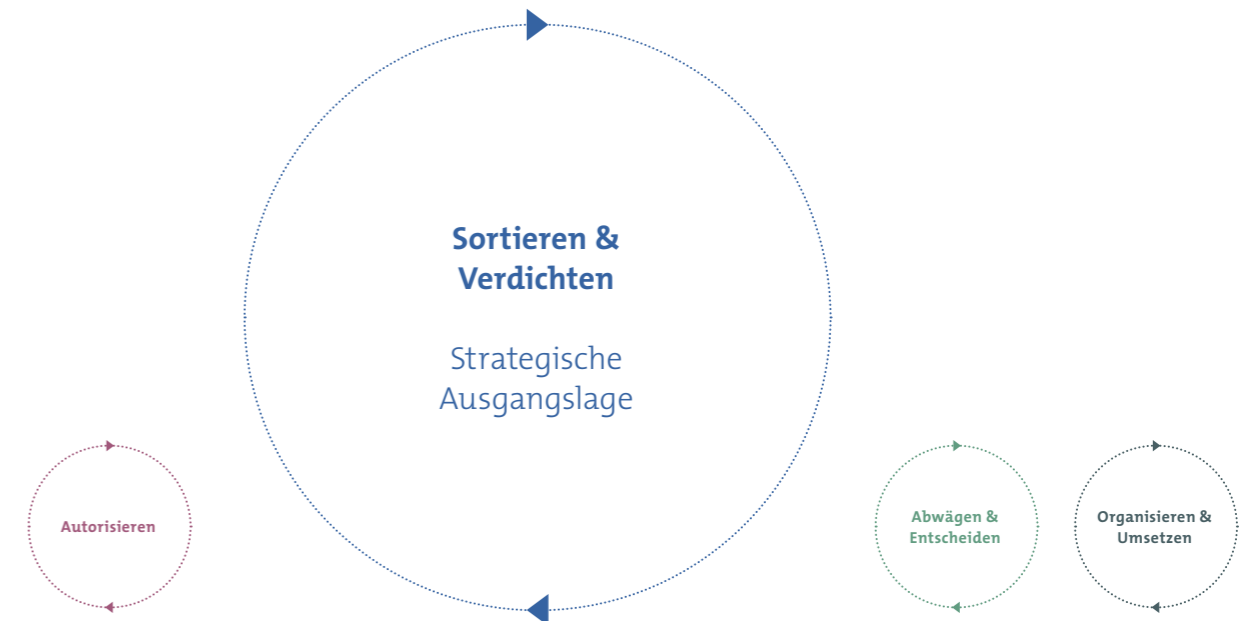
Nehmen Sie sich anschließend ausreichend Zeit, um das Gesamtbild wirken zu lassen, um Widersprüche zu thematisieren und entstehende Bilder zu diskutieren.

Schritt 3:

Mitunter entstehen aus diesem Prozessschritt weitere Konkretisierungen des Ablaufs (beispielsweise die Entscheidung, sich zunächst Konfliktdynamiken zuzuwenden oder den Prozess von einem Teilbereich auf das gesamte Unternehmen zu erweitern).

Schritt 4:

Häufig lassen sich die Ergebnisse in der Folge bereits zu grundlegenden strategischen Herausforderungen konkretisieren, die Sie festhalten und an späterer Stelle aufgreifen können.

**Hinweise und Erfahrungswerte:**

Für die Erwartungsabfrage gibt es keinen eindeutig passenden Zeitpunkt im Prozessverlauf. Das Offenlegen der Interessen und Befürchtungen der Teilnehmer kann von hohem Wert sein, etwa dann, wenn sie quasi schon verdeckt im Raum standen und die Dynamik „unsichtbar“ beeinflussten.

Die Entmischung ermöglicht es, beides zu betrachten, ohne dass das eine nun wichtiger oder richtiger wäre als das andere. Möchte ein Geschäftsführer beispielsweise aus Entlastungsgründen sein Geschäft reduzieren oder auf mehrere Schultern verteilen, hat dies sicher Einfluss auf die Organisation, kann strategisch betrachtet aber als vollkommen falsche Entscheidung erscheinen.

Formular: Erwartungsabfrage

Fragen	Teilnehmer			
„Was ist für mich persönlich mein größter Wunsch?“				
„Was ist für mich persönlich meine größte Sorge?“				
Strategische Herausforderungen & Fragen				

Ideen sind ein guter Anfang

Geschäftsmodellentwicklung im Mittelstand



Mehr davon?

Dieses Tool ist Teil unseres umfassenden Angebots zum Thema „Geschäftsmodellentwicklung im Mittelstand“. Mit unserem praxiserprobten Konzept der Geschäftsmodellentwicklung möchten wir Prozessverantwortliche und Prozessbegleiter in mittelständischen Unternehmen dabei unterstützen, ihre Suche nach dem passenden Geschäftsmodell der Zukunft sinnvoll zu strukturieren und zu begleiten.

Sie möchten erfahren, wie Sie Ihren Weg zu Ihrem Geschäftsmodell von morgen sinnvoll angehen können? Dann bestellen Sie unser Buch oder unseren Leitfaden „Ideen sind ein guter Anfang – Geschäftsmodellentwicklung im Mittelstand“ kostenfrei unter www.geschäftsmodellentwicklung.de

Sie suchen weitere Tools zur Ausgestaltung dieses Wegs? Dann besuchen Sie unsere [Toolbox „Geschäftsmodellentwicklung im Mittelstand“](https://rkw.link/toolboxgeschäftsmodellentwicklung) unter rkw.link/toolboxgeschäftsmodellentwicklung

Dieses Produkt erscheint in der Reihe „Chefsachen“. Unter dieser Klammer richten wir uns an alle, die kleine und mittlere Unternehmen führen und entwickeln (wollen). Inhaltlich gehen wir beispielsweise Fragen der Strategie- und Geschäftsmodellentwicklung, Digitalisierung, Führung und strategischer Personalarbeit nach.