

01.04.2016 – 10:00 Uhr

PwC-Medienmitteilung: «Strategy That Works» - Das Geheimnis erfolgreicher Unternehmen

Zürich (ots) -

Das neue Management-Buch des «Harvard Business Review»-Verlags «Strategy That Works» von Strategy& zeigt, wie Unternehmen ihre Strategie erfolgreich umsetzen.

Das Buch «Strategy That Works» von Strategy&, der Strategieberatung von PwC, analysiert, warum bestimmte Unternehmen erfolgreich sind - und andere nicht. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist die enge Verzahnung einer auf Stärken aufbauenden Strategie und einer herausragenden Umsetzungskompetenz. Das Erfolgsgeheimnis liegt folglich darin, die Lücke zwischen der Entwicklung und der Umsetzung einer Strategie zu schliessen.

Die Autoren Paul Leinwand und Cesare Mainardi führen in «Strategy That Works» Beispiele von 14 weltweit erfolgreichen Unternehmen auf, darunter Amazon, Starbucks, Pfizer, IKEA und Apple. Und schälen dabei fünf Kernthesen heraus, wie man eine Strategie erfolgreich in die Tat umsetzt:

Zu einer Identität verpflichtet: Erfolgreiche Unternehmen wollen wachsen. Problematisch wird es jedoch, wenn Wachstum zum Selbstzweck wird und die gesamte Strategie darauf ausgerichtet ist. Entscheidend ist, dass sich Unternehmen ihrer Identität bewusst werden: Worin liegen unsere Stärken, wofür stehen wir? Die Antworten auf diese Fragen liegen in den einzigartigen Fähigkeiten des Unternehmens, die von Wettbewerbern nicht kurzfristig und kostengünstig eingekauft oder entwickelt werden können. Sie stellen somit den Kern des Erfolgs dar.

Strategie im Alltag leben: Die besten Prozesse sind effizient und effektiv. Unternehmen jedoch, die vor allem ihre Prozesse optimieren möchten, neigen dazu, alles können zu wollen - wodurch sie letztlich nichts wirklich beherrschen. Das Ziel sollte daher sein, jene vorhandenen Fähigkeiten weiter auszubauen, die entscheidend sind, um die Strategie umzusetzen - und diese im Rahmen der Unternehmenskultur auch vorzuleben.

Unternehmenskultur nutzen: Restrukturierungen sollen kurzfristig das Ergebnis verbessern. Aber sie bringen auch viele Veränderungen mit sich - nicht zuletzt für die Unternehmenskultur. Sie jedoch ist sehr oft entscheidend für den späteren Erfolg.

Kosten nutzen, um Wachstumsimpulse zu schaffen: Unternehmer sollten Kosten als Investitionen betrachten und in jene Bereiche lenken, die notwendig sind, um die Strategie umzusetzen. So schaffen sie neue Wachstumsimpulse.

Zukunft gestalten: Die Begriffe «Agilität» und «Flexibilität» sind im Zeitalter der digitalen Transformation fester Bestandteil einer modernen Unternehmenskultur. Stehen diese beiden Fähigkeiten jedoch im Mittelpunkt einer Strategie, kann das Unternehmen zwar kurzfristig auf Ereignisse im Markt reagieren, ihn aber nicht aktiv selbst verändern. Wichtiger als beweglich zu sein sei es für Unternehmen daher, die Spielregeln des Marktes selbst neu zu definieren und zum eigenen Vorteil ausbauen zu können.

«Strategy That Works» (ISBN-13:978-1-62527-520-2) ist im Februar 2016 im «Harvard Business Review (HBR)»-Verlag erschienen und ist über gängige Online-Shops bestellbar.

Kontakt:

Claudia Sauter
Head of PR & Communications, PwC Schweiz
claudia.sauter@ch.pwc.com