

## ***Instrumentarium für die strategische Planungsphase***

**Fragebogen „Wandel“** : Der Fragebogen „Wandel“ dient der Kurzanalyse einer Organisation und umfasst 20 Einschätzfragen auf einem Blatt.

**Fragebogen Organisationsanalyse** : Der Fragebogen zur Organisationsanalyse umfasst vierzehn Fragekategorien. Insgesamt 89 Behauptungen müssen auf einer fünfgliedrigen Skala von „trifft zu“ bis „trifft gar nicht zu“ einschätzen.

**Projektumfeldanalyse** : Die „Projektumfeldanalyse“ ist eine effiziente Methode, um in Veränderungsprojekten rasch einen umfassenden Überblick über die beteiligten und betroffenen Akteure bzw. Bezugsgruppen und ihre Beziehungen zum Projekt zu gewinnen.

**Diagnosekarussell** : Ziel ist es, einen ganzheitlichen Blick auf den IST-Stand einer Organisation bzw. Organisationseinheit zu werfen. Dies erhöht die Akzeptanz und Einsicht in die Notwendigkeit der Veränderung, da die Beteiligung sehr breit angelegt ist. Die relevanten Teile des Systems sollten mit auf dem Karussell sitzen, d.h. konkret u.a. am Workshop beteiligt sein. Die Diagnose ist so angelegt, dass der vernetzte Blick auf die unterschiedlichen Organisationsfunktionen sichergestellt ist. Auf diesem Wege können verdeckte Themen besser ans Licht geholt werden.

**Wahlprogramm** : Führungskräfte der untersten Führungsebene sollen sich entscheiden, wie sie ihre Mitarbeiter für den Veränderungsprozess gewinnen und motivieren wollen, Sensibilisierung für Veränderungsprozesse, Emotionen besprechbar machen.

**Selbstdiagnose der Organisationskultur** : Es geht bei diesem Instrument darum, über persönliche Erlebnisse auf Charakteristika der Organisationskultur zu kommen.

**Die Blue ocean-Strategie** : Die Blue Ocean Strategie ist eine Methode zur Entwicklung nachhaltig profitabler Geschäftsmodelle aus dem Bereich des strategischen Marketing. Grundgedanke der Methodik ist es, dass nur durch die Entwicklung innovativer, neuer Märkte, die der breiten Masse der Kunden und Nicht-Kunden wirklich differenzierende und relevante Nutzen bieten (sog. Blue Oceans), nachhaltige Erfolge erzielt werden können, unter anderem durch die bedeutungslos gewordene Konkurrenz, Neuakquirierung von Kunden und optimierten Kostenstrukturen.