

# Inhaltsverzeichnis

<b>Warum Strategiearbeit ein Upgrade braucht .....</b>	1
Strategie oder Planung? .....	5
Strategie ist ein Denkprozess! .....	9
Effektivität oder Effizienz? .....	10
Strategie arbeitet am System. ....	10
<b>Dynamikrobust – Strategie für unsichere Zeiten.....</b>	13
Strategien verfolgen, nicht umsetzen .....	13
Dynamikrobust – rasch auf Veränderungen und Unsicherheiten reagieren .....	15
<b>Die moderne Strategiearbeit .....</b>	17
Strategische Vorausschau .....	18
Agile Ansätze in der Strategiearbeit .....	20
Die vier zentralen Werte des agilen Manifests, adaptiert auf die Strategiearbeit .....	20
Die zwölf Prinzipien des agilen Manifests, adaptiert auf die Strategiearbeit .....	21
Was bedeutet das alles? .....	22
Scrum zur Lösung komplexer Problemstellungen .....	22
Organisatorisches Betriebssystem. ....	26
Das Wertesystem.....	27
Dynamikrobustes Betriebssystem.....	31
Das große Zielbild. ....	33
Klassische Strategiearbeit hält sich hartnäckig. ....	35
Vom Gipfel zur Landkarte. ....	36
Das Zielbild entwickeln .....	39
Die Geschichte zum Zielbild – Strategische Narration. ....	41
Der dynamikrobuste Strategieprozess – die omnipräsente Strategie .....	48
Die Schlüsselrollen .....	49
Die wichtigsten Meetings .....	52

---

Kick-Off – los geht's! . . . . .	54
Auswahl eines übergeordneten thematischen Ziels für den nächsten Zyklus . . . . .	56
Strategie-Backlog . . . . .	58
WSJF-Priorisierung von Projekten und Aufgaben für den nächsten Sprint-Zyklus . . . . .	61
Der Strategie-Sprint . . . . .	65
Sprint-Review . . . . .	70
Sprint-Retrospektive . . . . .	72
Schlüsselrolle strategischer Scrum-Master oder agile Coach . . . . .	75
Persönliches Fazit . . . . .	77
<b>Die Strategie der Zukunft</b> . . . . .	81
Der Öko-System Ansatz . . . . .	85
Die Mega-Trends . . . . .	89
Eltviller-Modell des Zukunftsmanagements . . . . .	90
Abschließende Anmerkung . . . . .	92
<b>Die Wirkung und was Sie gewinnen</b> . . . . .	93
Die Wirkung für Ihre Kunden . . . . .	94
Die Wirkung auf Ihre Mitarbeitenden . . . . .	94
Die Wirkung für Ihre Organisation . . . . .	95
Ihr persönlicher Gewinn . . . . .	96
<b>Literatur</b> . . . . .	99