


b.8 Auktion für die strategische Ausgangsanalyse

	<i>Gestalterische Form</i> Sprache / Gesprächsformen	<i>Erfolgsfaktor</i> Wertschätzung der Individualität	<i>Strategiephase</i> Ausgangsanalyse
---	--	---	--

Kurzbeschreibung

Die Teilnehmenden ersteigern, die aus ihrer Sicht wichtigsten internen strategischen Gegebenheiten und machen somit ihre individuellen Einschätzungen zu deren Wichtigkeit diskutabel.

Wirkung / Feedback durch Kundinnen und Kunden:

Die Meinungen/Priorisierungen einzelnen Personen wurden erstmals wirklich wahrgenommen. Die Unterschiedlichkeit der Priorisierung hat verblüfft und zu wertvollen Diskussionen geführt. Nach diesen Diskussionen wurden rasch tragfähige Kompromisse gefunden.

Teilnehmende

3 bis maximal 16 Strategieverantwortliche inkl. CEO

Benötigte Zeit

Abhängig von Teilnehmenden und der Anzahl der interner Faktoren.

Bei 10 Teilnehmenden und 20 verschiedenen Faktoren ca. 45 Minuten.

Räumliche Erfordernisse

keine

Vorbereitung, Hilfsmittel

Blatt mit allen internen Gegebenheiten für die Teilnehmenden, Spielgeld bei z.B. 5 Faktoren im Wert von 1'000 CHF/€/etc. mit folgender Splittung: 5 x 100.—, 20 x 10.—, 10 x 20.—, 20 x 5.—, einzelne Karten mit je einer internen Gegebenheit, Behälter oder Hut für die Karten, 1 Hammer für den Auktionator.

🕒 Voraussetzungen

Die relevanten, strategischen internen Gegebenheiten sollten von den Moderierenden ermittelt und zusammengestellt sein: wichtige Abläufe und Schnittstellen bei der Leistungserstellung, dahinter liegende Fähigkeiten, gegebene Entscheidungskompetenzen, Entwicklung von Leistungskennzahlen, etc. Die Spielregeln für die Versteigerung sollen bekannt geben und visualisiert werden.

- 1. Schritt (1 Minute):** Überblick der internen Gegebenheiten
Die Teilnehmenden erhalten je ein Blatt mit den gesammelten internen Gegebenheiten.

- 2. Schritt (5 Minuten):** Ranking
Alle internen Gegebenheiten werden in Einzelarbeit priorisiert: Welche sind am wichtigsten für eine erfolgreiche Organisation? Welche sind am unwichtigsten? Die Teilnehmenden erstellen ihr persönliches Ranking.

- 3. Schritt (3 Minuten):** Verteilung Geld
Jeder Teilnehmende erhält Spielgeld in verschiedenen Noten im Wert von 1'000 CHF/€/ etc.

- 4. Schritt (2 Minuten):** Bekanntgabe der Spielregeln
Jeder Teilnehmende darf mitbieten und kann mit dem erhaltenen Geld die priorisierten internen Gegebenheiten ersteigern. Die Moderierenden versteigern nach dem Zufallsprinzip die internen Gegebenheiten, nach dem dritten Hammerschlag erfolgt der Zuschlag an den Meistbietenden. Die Versteigerung läuft so lange, bis alle internen Gegebenheiten vergeben sind bzw. die Teilnehmenden kein Geld mehr haben. Das Geld sollte möglichst komplett ausgegeben werden, ein Kredit wird nicht gewährt.

- 5. Schritt (ca. 1 – 2 Minuten pro Faktor):** Auktion der Gegebenheiten
Die Moderierenden ziehen eine interne Gegebenheiten und versteigern diese an den Meistbietenden.

6. Schritt (30 Minuten): Auswertung

- Was ist die Dynamik hinter der Versteigerung und Priorisierung der internen Gegebenheiten gewesen? Wie viel hat diese Dynamik mit unserer üblichen Bewertung der strategischen Ausgangslage zu tun?
- Welche Gemeinsamkeiten / Unterschiede in der Priorisierung haben sich gezeigt? Wie kommen diese zustande? Wie gehen wir damit um?
- Welche nicht gekauften internen Gegebenheiten können wir tatsächlich beiseitelegen?
- Welche nicht gekauften internen Gegebenheiten dürfen wir keinesfalls beiseitelegen? Warum?
- Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Einkauf gewesen?

Nächste Schritte

- Einigung auf eine definitive Auswahl der wichtigsten internen Gegebenheiten
- Zusammenstellen in einer SWOT Analyse (Methode b.7)

! Herausforderung für die Moderation und Interventionsmöglichkeiten

Die Moderierenden achten darauf, dass bei der Auswertung der Ergebnisse die Priorisierungen der internen Gegebenheiten nicht verwässert wird. Ist ein Team sehr auf Konsens bedacht, müssen die Moderierenden während der Versteigerung den Wettbewerb „anheizen“: „Sind Sie sicher, dass Sie sich nicht durchsetzen wollen?“ „Lassen Sie sich das wirklich wegschnappen?“ etc. Nach der Versteigerung haben solche Teams oftmals die Tendenz wieder den Konsens zu suchen und relativieren ihre Priorisierung, indem sie sich den Führenden anpassen. (Bsp. Ja, das hätte ich eigentlich auch auf Platz 2 gesetzt,...) Dies bedingt, dass Moderierende nicht nachgeben und hartnäckig die ganze Gruppe nach möglichen Gründen für die Priorisierung fragen. Unter Umständen können die Moderierenden selbst Hypothesen bilden und diese in den Raum stellen. Dadurch kann eine wertvolle Diskussion mit allen entstehen. Die Priorisierung selbst wird so zweitrangig. Das wertvolle sind die Informationen / Meinungen in der Diskussion.

Oftmals haben die Teilnehmenden den Eindruck, die falschen Objekte ersteigert zu haben. Die Moderierenden laden dann die Teilnehmenden ein, sich mit den ersteigerten Gegebenheiten zu identifizieren und eine „was wäre wenn...“-Haltung einzunehmen.