

Abstract

Titel: Eine Untersuchung zur Identifikation wesentlicher Voraussetzungen für die erfolgreiche Durchführung einer Open Strategy unter Einbezug von Mitarbeitenden

Kurzzusammenfassung: Nachhaltige Unternehmensstrategien werden im dynamischen Wettbewerbsumfeld zusehends relevanter. Zur Entwicklung solcher Strategien werden vielfältige Perspektiven benötigt, welche sich von den Top-Management-Ansichten abheben. Durch den Einsatz einer Open Strategy können Unternehmen Mitarbeitende aktiv in die Strategieentwicklung einbeziehen und dadurch unentdeckte Ideen gewinnen. Um dies erfolgreich durchzuführen, sind gewisse Voraussetzungen notwendig. Durch die qualitative Untersuchung mit Unternehmen, welche eine Open Strategy einsetzen, konnte ein 3-Phasen-Modell konzipiert werden. Dieses zeigt, dass sich die Erfolgsfaktoren vor allem auf die starke Unternehmenskultur, die hohe Partizipationsbereitschaft der Mitarbeitenden sowie die effiziente Weiterentwicklung des Open Strategy-Outputs stützen.

Verfasser/in: Samantha Duff
Herausgeber/in: Prof. Dr. Rigo Tietz
Veröffentlichung (Jahr): 05. Juli 2019
Zitation: Duff S., 2019, *Eine Untersuchung zur Identifikation wesentlicher Voraussetzungen für die erfolgreiche Durchführung einer Open Strategy unter Einbezug von Mitarbeitenden*.
FHS St.Gallen – Hochschule für Angewandte Wissenschaften:
Masterarbeit MSc in Business Administration
Schlagworte: Open Strategy, Transparenz, Einbindung, Unternehmenskultur

Die zunehmende Globalisierung, der technologische Wandel oder die vermehrt disruptiven Geschäftsmodelle fordern die heutigen Unternehmensstrategien zusehends heraus. Eine langfristige Wettbewerbspositionierung lässt sich nicht mit einer 0815-Strategie des Top-Managements garantieren. Neue Umstände erfordern jedoch neue Denkweisen, Perspektiven und Ideen. Diese neuen Ansichten liefert die Open Strategy indem sie den Strategieprozess öffnet und einer breiteren Masse zugänglich macht. Der neuartige Ansatz zur Strategieentwicklung steht für eine grössere Transparenz strategischer Themen gegenüber Stakeholdern eines Unternehmens und eine stärkere Einbindung dieser Stakeholder in die Strategieentwicklung und -formulierung. Unterstützt wird dies mit diversen IT-Tools, wie Crowdsourcing-Plattformen, Social Media Kanälen oder Blogs, wodurch Ideen generiert, diskutiert und weiterentwickelt werden können. Welche Voraussetzungen jedoch gegeben sein müssen, damit eine Open Strategy unter Einbindung von Mitarbeitenden erfolgreich durchgeführt werden kann, wurde bislang noch nicht konkret untersucht.

Die vorliegende Masterthesis setzt sich deshalb zum Ziel, die Open Strategy in der Praxis zu untersuchen und herauszufinden, welche Voraussetzungen zur erfolgreichen Durchführung benötigt werden. Dafür wird die folgende Forschungsfrage gestellt: Welche wesentlichen Voraussetzungen müssen zur erfolgreichen Durchführung einer Open Strategy gegeben sein, und welche allfälligen Abhängigkeiten bestehen zwischen diesen?

Um die Forschungsfrage gezielt beantworten zu können, wird zunächst eine vertiefte Literaturrecherche durchgeführt, um den State-of-the-Art der Open Strategy erarbeiten zu können. Auf Basis der Recherche wird ein theoriebasiertes Modell mit identifizierten Voraussetzungen erstellt. Dadurch wird eine Übersicht der komplexen Thematik geschaffen, womit die empirische Untersuchung zielgerichtet geführt werden kann. Für die Untersuchung wurden sechs Experten aus vier verschiedenen Unternehmen befragt.

Durch die Ergebnisse aus den Interviews konnten praxisrelevante Voraussetzungen ermittelt und gewisse Inhalte des initialen Modells falsifiziert werden. Im neuen 3-Phasen-Modell der Open Strategy zeigt sich, dass die vorgängig geschaffene Unternehmens-Readiness die Qualität des Outputs einer Open Strategy-Session erhöht, welche wiederum in der dritten Phase eine nachhaltige Anwendung der Open Strategy ermöglicht. Implikationen ergeben sich im Bereich der Unternehmenskultur («Culture is Key»), der Partizipationsbereitschaft der Mitarbeitenden («Wer kann, der will – wer will, der tut») und in der Weiterentwicklung des Outputs («Nach der Open Strategy ist vor der Open Strategy»).