

die ibasycs GmbH = die innovative basycs GmbH



Eine innovative technische Unternehmens- und Managementberatung

„WIR bauen innovative, passende und exzellente IT-Lösungen für alle Unternehmen“



Strategisches Unternehmens-Audit

*Strategisches Unternehmens-Audit zur Analyse,
Synthese und Optimierung der Unternehmensstrategie
<noch text>*

Stand: 27.05.2016

Strategisches Unternehmens-Audit

Strategische Planung in deutschen Unternehmen

Über 90 Prozent der befragten Manager von über 100 Unternehmen wünschen sich eine Strategische Planung als zentrales Element der Unternehmensführung. Gleichzeitig geben lediglich 8 Prozent an, dass in ihrem Unternehmen eine eindeutige Strategie vorliegt.

Nach Angaben des Bundesministeriums für Wirtschaft, sind Unternehmensinsolvenzen neben anderen Faktoren zu 30% auf Planungsmängel und zu 61% auf Informationsmängel der Unternehmer zurückzuführen. In diese Bereiche fallen insbesondere die unternehmerische Zielformulierung und die Unternehmensstrategie.

Die häufigsten Führungsfehler

Analysiert man die gefährdeten Unternehmen, so lassen sich vor allem vier Gruppen von Führungsfehlern erkennen:

- Fehlende Strategie
- Passives Marktverhalten
- Geringes Kostenbewusstsein
- Träge Unternehmenskultur

Die Strategie steht an erster Stelle, leitet sich aus ihr doch alle folgenden Risiken ab.

Die Wichtigkeit der Analyse und entsprechender Strategie für einen planbaren Unternehmenserfolg

Sie können im Prinzip so viel Geld in ein Unternehmen pumpen wie Sie wollen. Aber wenn Sie nicht ganz genau wissen, wer Ihre Kunden sind und wie Sie sie für sich begeistern können, führt das sicher nicht zum Erfolg. Als Unternehmer regelmäßige Zeitfenster zu schaffen um Strategie, Ziele und zuletzt konkrete Maßnahmen zur Umsetzung zu planen, sind nicht nur ein Muss, sondern die eigentliche Aufgabe und Pflicht der Geschäftsführung. Erst die Ergebnisse einer Analyse bilden die Grundlage für weitere qualifizierte unternehmerische Entscheidungen.



Strategisches Unternehmensmanagement

Ein Unternehmen muß daher dem immer schnelleren Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft egal welcher Branche durch ein strategisches Management begegnen, um am Markt bestehen zu können.

Denn eins ist sicher: Der Wandel! Stillstand bedeutet Rückschritt. Die allgemeine Komplexität, die Bedingungen des Wettbewerbs, die Dynamik des Wandels im Markt erfordern eine stete Kontrolle und auch immer die passenden Antworten.

Es gilt, die innerbetrieblichen Stärken und Schwächen des Unternehmens zu analysieren, sie zu bewerten, um Risiken rechtzeitig zu erkennen und die sich aus der Analyse ergebenden oder neuen Chancen zu nutzen und daraus Lösungen zu entwickeln.

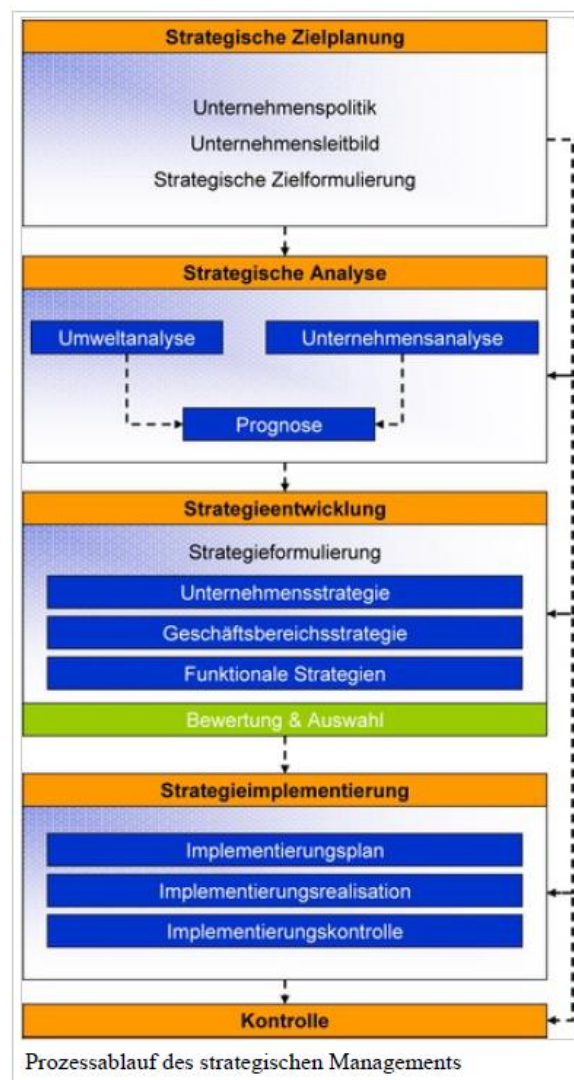
Gerade in der heutigen lebendigen Situation, in denen sich Unternehmen befinden, gehört eine Strategie – die richtige Strategie - zum wichtigsten Bestandteil des Managements.

Ziel ist es, langfristig in der Zukunft Entscheidungen zu treffen, die angesichts der angezeigten Wirkungen auf das Unternehmen rechtzeitig gefunden, definiert und umgesetzt werden müssen.

Der Unternehmensführung müssen Auswirkungen von Entscheidungen deutlich gemacht werden, Einflusskriterien und damit externe als auch interne Risiken aber auch Chancen aufgezeigt werden, um entsprechende Handlungsoptionen klar darzustellen.

Die Unternehmer müssen sich den kontinuierlichen Veränderungen im Umfeld bewusst sein und ihre Strategien und Entscheidungen entsprechend an die jeweilige Situation anpassen. Sie müssen ganzheitlich über die Bereiche des Unternehmens hinweg schauen und mit geeigneten Methoden die Risiken und Chancen erkennen.

Es gilt zudem, zwei unterschiedliche organisatorische Strukturen in einem Unternehmen zu betrachten und zu untersuchen, die Unternehmensebene und die Geschäftsfeldebene.



Nicht immer laufen diese beiden Ebene konkurrent zueinander. Auch da bestehen Chancen und Risiken.

Phasen des strategischen Managements

1. Phase: Analyse

Die Analysephase besteht aus zwei wesentlichen Teilen, aus der Analyse des Umfelds und der Analyse der Unternehmung. Erstere beinhaltet die Konkurrenzanalyse sowie die Branchenstruktur- und Branchendynamikanalyse. Letztere soll ein objektives Bild der gegenwärtigen und zukünftigen Stärken und Schwächen der Unternehmung erstellen, um Risiken zu widerstehen und Chancen zu nutzen (siehe SWOT-Analyse).

2. Phase: Planung

Da eine Grundfunktion des Managements die Formulierung von Zielen ist und Ziele die langfristige Entwicklung des Unternehmens festlegen, kommt ihrer Formulierung im Rahmen des strategischen Managements eine große Bedeutung zu. Strategische Ziele dienen zur Ausrichtung und Orientierung der strategischen Planung. Da strategische Ziele aber nicht einfach gegeben sind, müssen sie im Strategieprozess geplant bzw. formuliert, in Beziehung gesetzt und konkretisiert werden. Die Ziele haben folgende Funktionen: Selektionsfunktion, Orientierungsfunktion, Steuerungsfunktion, Koordinationsfunktion, Motivations- und Anreizfunktion, Bewertungsfunktion und Kontrollfunktion.

3. Phase: Strategieformulierung und -bewertung

Der Kernbereich des strategischen Managements ist die Phase der Strategieformulierung. In dieser Phase wird eine Strategie zur Zielerreichung entwickelt, die den Informationen der Umfeldanalyse und Unternehmungsanalyse gerecht wird. Da es nicht nur eine Strategie gibt, müssen die Strategien auch entsprechend der Zielbestimmung bewertet werden.

4. Phase: Umsetzung

Notwendig ist ein konkretes, strategiegeleitetes Handeln der Unternehmensmitglieder. Gelingt es nicht Strategien effizient zu implementieren, dann bleibt das strategische Management wirkungslos und eine bloße „intellektuelle Spielerei“.

Zusätzlich sind eine abschließende Kontrollphase und ein prozessbegleitendes strategisches Controlling notwendig.

Mit der Methode und Klausur Strategische UnternehmensAgenda SUA vom IFZM (Institut für Zukunftsmanagement) wollen wir die relevanten Fragen und Kompetenzen, die Zukunft des Unternehmens betreffend, mittels einer softwaregestützten Selbstanalyse thematisieren, dialogisieren und fokussieren.



Das Strategische Unternehmens-Audit

Das praktische Vorgehen des „Strategischen Unternehmens-Audit“ wird individuell auf das Unternehmen bzw. ein Segment abgestimmt und vorbereitet:

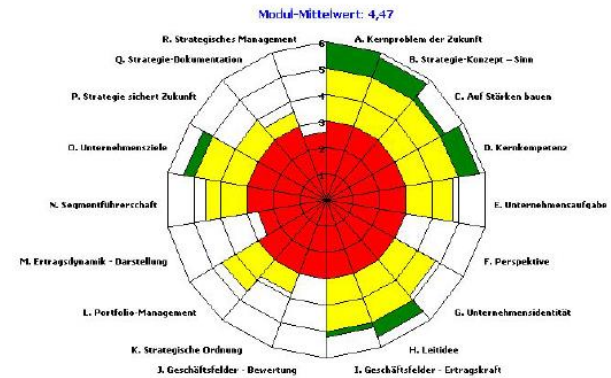
Durch eine „Strategische Bestandsaufnahme“ (SBA) anhand eines strukturierten und bei Bedarf individuell aufbereiteten Fragebogens erfasst das Unternehmen unter der fachlichen Leitung eines Moderators die Gesamtheit aller Aktivitätsfelder, Bereiche und Fähigkeiten sowie deren Vernetzung mit den Umfeldern. Der Status Quo der Unternehmens- und Geschäftspositionen, der Ressourcen und durch das Szenario der Entwicklungen wird ein Gesamtbild transparent erfasst und aufbereitet. Strategische Fragestellungen, dialog-gestützte Geschäfts- und Problemanalysen und tragfähige Strategiefindungen werden sichtbar.

Auswertung Strategische Unternehmens-Analyse

Version 2006.3

Firma: BASYCS27-28SEP2007 - vertraulich -

(5 MA)



Aus dem Arbeitsprogramm:

- > Was begründet die Existenzberechtigung des Unternehmens?
- > Wie segmentiert das Unternehmen seine Geschäftsfelder?
- > Was beschreibt heute die Marktposition des Unternehmens?
- > Was markiert morgen die Aufstellung und Perspektive?
- > Wie definieren das Unternehmen ökonomisch verteidigungsfähige Zukunftspositionen?
- > Besitzt das Unternehmen die gewünschten und auch erforderlichen Fähigkeiten und Ressourcen?
- > Geht das Unternehmen alleine oder verbündet es sich mit Partnern?

Eine anschließende Klausur für eine „Strategische Geschäftseinheit“ (SGE) in den angesprochenen Bereichen vertieft die Ergebnisse der zuvor erarbeiteten detaillierten Unternehmensanalyse. Es werden gleiche wie auch unterschiedliche Unternehmensgesinnung ebenso sichtbar wie divergierende Strategieausrichtungen, bereits vollständig oder gut ausgefüllte Bereichspositionierung wie auch unvollständige oder gar fehlende Bedarfe in den unterschiedlichen Bereichen.

Was sind die Erfolgsfaktoren in der konkreten Situation, im Besonderen die strategischen Wettbewerbsvorteile und -nachteile? Spezifische Umfeld-/Trendstudien und anderes mehr vertiefen die Betrachtungen. Die Ergebnisse verdichten sich in einer definitiven und detailliert dokumentierten Basisstrategie für das betreffende Segment.

In der Klausur werden so erste Maßnahmen und Handlungsbedarfe offensichtlich. Dringende Prioritäten werden sichtbar. Daraus wird dann ein erster Maßnahmenkatalog erstellt.

Kooperation und Teamgeist garantieren den gemeinsamen Erfolg!

Jede Klausur wird vollständig dokumentiert. Die Analyse- und Klausur-Grundlagen bewirken eine breite Absicherung und gewähren eine hohe Durchsetzbarkeit. Die Ergebnisse begleiten den weiteren Prozess lernaktiv und zukunftsorientiert.

Die moderierenden Unternehmensberater sind Ihre Wegbegleiter im Workshop und in den nachgelagerten Prozessen.

Der SUA Fragebogen

Der SUA-Analyse-Fragebogen umfasst im Standard 14 Themengebiete mit über 300 Prüfpunkten. Diese Prüfpunkte spezifizieren Themen u.a. aus folgenden Bereichen:

- Grundwerte
- Strategiemangement/Aufstellung
- Unternehmenskontinuität und Nachfolge
- Führung durch Teilhabe
- vitale Organisation
- Vertrieb und Marketing
- Produktion
- IKT und
- neue Medien
- integrierte Personalentwicklung
- Talentmanagement
- innovationsgetriebenes Markt- und Kundenverhalten
- integrierte Unternehmenssteuerung
- lernende Organisation,
- finanzielle Robustheit
- diverses Controlling
- soziale Akzeptanz bis
- ökonomische Nachhaltigkeit.

Impuls für Impuls werden Kompetenzen für die Zukunft und auch neue Werte beleuchtet, wie sie in den komplexen Bedingungen für eine dauerhafte, gesicherte Entwicklung grundlegend sind.

- Modul 1: Unternehmen und Zukunft
- Modul 2: Methoden und Strategie-Entwicklung
- Modul 3: Aufstellung und Strategiekonzept
- Modul 4: Benötigte Fähigkeiten und Veränderungen
- Modul 5: Dynamische Organisation
- Modul 6: DV, Informations- und Kommunikationstechnologien
- Modul 7: Management und Organisationsverhalten
- Modul 8: Der Faktor des Menschen im Unternehmen (HR)
- Modul 9: Integrative Personalentwicklung
- Modul 10: Management-System, Betriebswirtschaft und Finanzen
- Modul 11: Offensive für neue Optionen – Innovation praktizieren
- Modul 12: Marktauftritt – Attraktivität
- Modul 13: Vertriebsmanagement und –steuerung
- Modul 14: Gewinnen im Geist des Gewinner-Gewinner-Prinzips

Auswertung Strategische Unternehmens-Analyse

Version 2006.3

Firma: BASYCS27-28SEP2007 - vertraulich -

(5 MA)

Modul 3: Aufstellung und Strategiekonzept

Stichwort Beschreibung	Anzahl Werte	Min	Max	Mittelwert	Standard- abweichung
A. Kernproblem der Zukunft Das Kernproblem der Zukunft ist in der Regel nicht ein Mangel an geschäftlichen Möglichkeiten (Optionen), sondern das Problem der Wahl der richtigen Prioritäten.	5	6	6	6,00	0,00
B. Strategie-Konzept – Sinn Das Strategie-Konzept ist Ausdruck des Management-Willens, wo und in welcher Schneise ein Unternehmen seine geschäftliche Betätigung definiert und verankert, um seine Option der Einzigartigkeit zu nutzen.	5	5	6	5,80	0,45
C. Auf Stärken bauen Vom Kern her gesund: Die Strategie unseres Unternehmens baut auf unseren speziellen Kompetenzen auf.	5	4	6	5,20	0,84
D. Kernkompetenz Die Kernkompetenz beschreibt jene Fähigkeiten unseres Unternehmens, die uns besonders stark (überlegen) machen. Genau genommen ist es die Position anerkannter Nutzenstiftung in Bezug auf die von unseren Kunden erwartete und empfundene Leistung.	5	5	6	5,80	0,45
E. Unternehmensaufgabe Unsere Strategie beschreibt die klar bestimmte, auf spezielle Kundenbedürfnisse gerichtete Grundaufgabe unseres Unternehmens. Zukunftsbezogen definiert sie eine nicht angreifbare Problemlösung (Problemlösungskompetenz). In dieser Orientierung ist sie fest und flexibel zugleich.	5	4	6	4,80	1,10
F. Perspektive Unsere Aufstellung im Wettbewerb von morgen erschließt unsere Perspektive weitsichtig und ausgewogen. Mit unserer Aufstellung nutzen wir Chancenpotentiale konsequent aus und beugen gleichzeitig Risiken vor.	5	2	6	3,00	1,73
G. Unternehmensidentität Unsere Strategie besitzt die Kraft einer mobilisierenden und auch alle Mitarbeiter einbindenden Unternehmensidentität ("Corporate Identity"/CI; auch: „Company Mission Statement“).	5	4	6	4,80	0,84
H. Leitidee Der Anspruch unseres Unternehmens im Wettbewerb findet Ausdruck in einer prägnanten sowie klar kommunizierten Leitidee.	5	5	6	5,60	0,55
I. Geschäftsfelder - Ertragskraft Im Konzept unserer Unternehmensstrategie sind definierte strategische Geschäftsfelder der Motor unserer zukünftigen Ertragskraft. Sie verkörpern unsere Chance, Wettbewerbsvor- teile zu entwickeln und in nachhaltiger Wertschätzung durch Kunden zu verankern.	5	4	6	5,20	1,10
J. Geschäftsfelder - Bewertung Unsere Geschäftsfelder sind bei uns für ihr jeweiliges Markt- segment und in Bezug auf ihren jeweiligen Beitrag zum Gesamterfolg umfassend, methodisch sowie fortgeschrieben abgesichert bewertet.	5	2	4	3,00	0,71

1: stimme überhaupt nicht zu
2: stimme nicht zu
3: stimme teilweise nicht zu
4: stimme teilweise zu
5: stimme zu
6: stimme voll und ganz zu

Wir bitten darauf hinweisen, dass diese Aktion und ihre Ergebnisse der unbefangenen Vertraulichkeit nach innen und außen unterliegen. Bitte beachten Sie in dem Sinne auch den Hinweis, dass der Fragebogen und seine Systematik unentgeltlich für HUBERTUS WOLFF UNTERNEHMENSBERATUNG, Dienstleistungs-, geschäftlich und ausschließlich für den Zweck dieser Befragung in Ihrem Hause bestimmt sind. Er darf weder ganz noch in Teilen oder Auszügen außerhalb dieser Aktion verwendet, vervielfältigt oder auf andere Weise, weder direkt noch indirekt, an Dritte oder für dritte Zwecke weitergegeben werden.

Aufbau eines „Strategischen Unternehmens-Audits“

Somit besteht ein Strategisches Unternehmens-Audit aus folgenden Komponenten:

1. Grundlagen zur Strategischen Unternehmensplanung
2. Unternehmensanalyse anhand eines standardisierten (oder individualisierten) Fragebogens
3. Ausarbeitung und Darstellung der (unterschiedl.) Ergebnisse aus der Unternehmensanalyse
4. Klausur zur (moderierten) Erörterung und Besprechung der Analyse-Ergebnisse
5. Erarbeiten und Erkennen von (priorisierten) Handlungsbedarfen
6. Erstellen eines strukturierten Maßnahmenkatalogs (mit Key Performance Indikatoren)
7. Aufsetzen eines Projekts zur Umsetzung des Maßnahmenkatalogs
8. Durchführen des Projekts zur Umsetzung des Maßnahmenkatalogs
9. Wiederholtes Strategisches Unternehmens-Audit zur Fortschrittskontrolle
10. Begleiten des Projektes zur Verbesserung der Unternehmenspositionierung

Standard-Workshop oder Individueller Workshop

Das Strategische Unternehmens-Audit kann anhand eines vorhandenen standardisierten Fragebogens vollständig und umfassend durchgeführt werden. Dutzende von Unternehmen mit mehreren hundert Teilnehmern haben sich bereits erfolgreich dieser Vorgehensweise unterzogen. Obgleich die Klausur selbstverständlich jeweils unternehmens-spezifisch auf die Ergebnisse des Fragebogens aufbaut, nennen wir diese Methode einen „*Standardisiertes Unternehmens-Audit*“.

Ergänzend zum vorliegenden Standardfragebogen können zusätzliche unternehmensrelevante Module oder zusätzliche Fragepunkte mit in den Fragebogen und in die Klausur aufgenommen werden. Dadurch wird die Unternehmensanalyse noch detaillierter und branchen- oder unternehmensspezifischer. Daraus lassen sich dann noch expliziertere Ergebnisse, Maßnahmen und Handlungsbedarfe ableiten. Es handelt sich um ein höchst „*Individuelles Unternehmens-Audit*“.

In dem theoretischen Grundlagenteil können zusätzliche Themen zur Strategischen Unternehmensplanung, zum Strategischen Management oder zur Unternehmensdynamik eingebaut und behandelt werden, die dann in der späteren Klausur und in einem darauf folgenden Maßnahmenkatalog entsprechend erörtert werden.

Unterschiedliche Teilnehmer in einem Audit erzeugen unterschiedliche Sichten. Es ist interessant und lehrreich zu sehen, wie sehr sich die Ergebnisse des engeren und des weiteren Führungsmanagements wie auch der Belegschaft unterscheiden können. Wertvolle Verbesserungstrends oder gar ganz neue Strategiegedanken werden sichtbar.

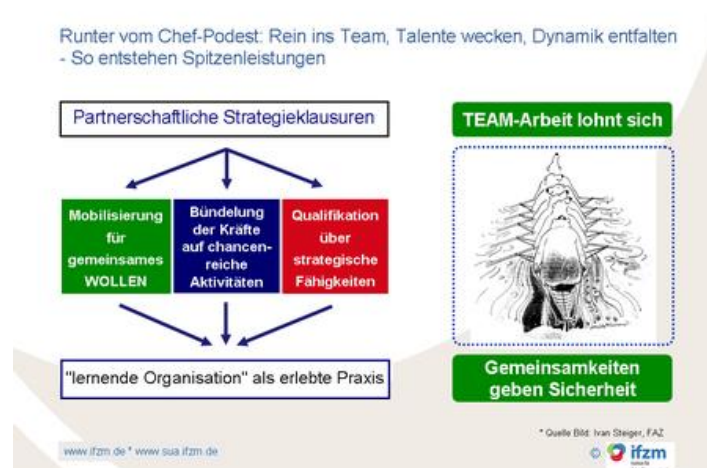
Struktur eines (individuellen) „Strategischen Unternehmens-Audit“

Ein (individuelles) „Strategisches Unternehmens-Audit“ besteht aus vier Bestandteile oder Phasen, die je nach Bedarf unterschiedlich detailliert und intensiv ausgestaltet sein können:

1. **Bedarfsanalyse**
 Hier wird die Erwartungshaltung und der Bedarf und somit der Gesamt-Aufwand ermittelt. Das kann per Fragebogen, über Telefon oder vorort geschehen.
2. **Vorarbeit**
 Hier wird das Thema entsprechend der Bedarfsanalyse und je nach Thema, Detaillierungsgrad und Verfügbarkeit erarbeitet und aufbereitet. Dauer ca. eine bis zwei Wochen.
3. **Präsenzseminar/Workshop**
 Hier werden die Grundlagen zum Strategischen Unternehmens-Audit vorgetragen, erörtert, analysiert und dessen Nutzen und Einsatz dargestellt.
 Dann wird der SUA-Fragebogen besprochen und individuell von den Teilnehmern bearbeitet.
 Anschließend erfolgt während einer Klausur eine gemeinsame (moderierte) Auswertung der Analyse-Ergebnisse mit ersten „Orientierungsankern“
 Der Umfang und die Dauer des Workshops können variieren, standardmäßige Dauer ist ein Tag, er kann jedoch bis auf vier Stunden verkürzt oder auf 1 ½ oder mehrere Tage ausgeweitet werden.
4. **Nachbereitung**
 Die Teilnehmer erhalten eine umfangreiches und detailliertes elektronisches Auswertungspaket und die Klausur-Dokumentation anhand eines Fotoprotokolls der wichtigsten Poster-Aufzeichnungen und sonstigen Ergebnisse
 Des Weiteren können im Nachgang aufgetretene Fragen und Aufgaben, gewünschte Zusatzstudien und weitergehende Themen und Untersuchungen behandelt werden. Zeitpunkt, Art und Dauer individuell.

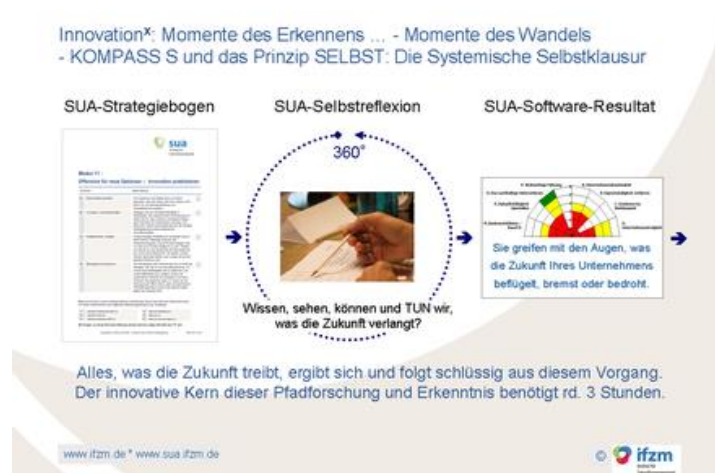
Nicht alle Bestandteile oder Phasen müssen zwangsweise besetzt sein. So kann die Nachbereitung ganz entfallen. Die Bedarfsanalyse kann zum Beispiel sehr kurz über das Telefon abgewickelt werden.

Nach Wunsch und Bedarf kann das Thema anschließend weiter vertieft und auch umgesetzt werden. Dies ist gewünscht und auch sinnvoll. Später können sich wiederholte Audits anschließen, um die bis dorthin geleisteten Ergebnisse sichtbar zu machen.



Beispielhaftes Programm und Ablauf eines Strategischen Unternehmens-Audit

- 08.30 Uhr Die Bedeutung des Strategisches Unternehmensmanagement
 Grundlagen und Strategische Anker
- 10.00 Uhr Kommunikationspause
- 10.30 Uhr Einführung zur Bearbeitung des SUA[®]-Analysebogens
 Die Methode und Selbstanalyse „Strategische UnternehmensAgenda (SUA[®])“
- 11.00 Uhr Praktische Arbeit
 Bearbeitung des SUA[®]-Analysebogens
- Die ehrliche Bewertung der Teilnehmer als Schlüssel zum Erfolg*
- 13.00 Uhr Mittagspause
 Auswertung der Ergebnisse
- 14.00 Uhr Auswertungs-Klausur im Plenum
- Bewertungsergebnisse in der gemeinsamen Betrachtung,
 moderativ begleitet durch kompetente und erfahrene Berater,
 gestützt auf Auswertungen mit grafisch visualisierten Aufbereitungen
- Eindrücke und Orientierungsanker
- Dokumentation wichtiger Erkenntnisse.
- 18.00 Uhr Verdichtungen / Wichtigste Ergebnisse / Commitments *)
 Weitere Vorgehensweise
- *) Follow-up zur Klausur:
 Umfangreiches und detailliertes elektronische Auswertungspaket und die Klausur-Dokumentation
 anhand eines Fotoprotokolls der wichtigsten Poster-Aufzeichnungen und sonstigen Ergebnisse.
- 19.00 Uhr Ausklang



Das Strategische Unternehmens-Audit wird vor- und nachbearbeitet, moderiert und begleitet von ein bis zwei entsprechend qualifizierten Unternehmensberater.

Leistungen und Kosten für ein „Standard Strategisches Unternehmens-Audit“

Für die *Vorarbeiten* werden fix 2,0 Stunden berechnet

Für den *Workshop* wird fix 1 Personentag berechnet

- Bis maximal 12 Teilnehmer

Für die *Nacharbeiten* werden fix 2,0 Stunden berechnet

Kosten: fix 1.800 EUR

Leistungen und Kosten für eine „Individuelles Strategisches Unternehmens-Audit

Die *Bedarfsanalyse* wird nach Zeitaufwand abgerechnet.

- telefonisch oder vorort

Bei den *Vorarbeiten* wird die Dauer bis zur Fertigstellung des Audits (inklusive Unterlagen) entsprechend der Bedarfsanalyse berechnet, minimal 2,0 Stunden.

Darin ist auch beinhaltet die Aufbereitung von unternehmensspezifischen Analysekapitel mit den entsprechenden Detailfragen. Des Weiteren werden bei den Vorarbeiten bei Bedarf gewünschte Zusatz-Themen zur strategischen Unternehmensplanung und –optimierung vorbereitet.

Der *Workshop* wird nach dem tatsächlichen Aufwand berechnet

- Beliebig viele Teilnehmer, evtl. auch aufgeteilt in Gruppen

Die *Nacharbeiten* werden nach dem tatsächlichen Aufwand berechnet, minimal 2,0 Stunden

Kosten: im Allgemeinen ab 1.800 EUR

Honorarsatz: 150 EUR pro Stunde (Intervall jeweils ¼ Stunde)
Für das gesamte „Strategische Audit“ kann auch eine Pauschale festgelegt werden

Nebenkosten: Bei Tätigkeiten vor Ort kommen Reise- und Nebenkosten hinzu:

- ½ Honorarsatz für die Reisezeit
- 0,70 EUR pro gefahrenen km
- Ab 500 km evtl. Flug und/oder Bahn
- 25 EUR Spesen ab 4,0 Std pro Tag außer Haus
- sonstige Nebenkosten (Hotel, Parkgebühren, Taxi etc.) nach Beleg

Die Nebenkosten können auch mit einer Pauschale abgegolten werden.

Sonstiges: Anzahl der Teilnehmer bei der Klausur: Beliebig viele
Erforderliches Equipment beim Kunden: Keines (wird alles mitgebracht)
Unterlagen: Werden mitgebracht
(können beliebig kopiert werden)

Bestellschein

Per Fax bitte an +49 7251 61808-20 oder

Per Mail bitte an info@ibasycs.com oder

Per Post bitte an ibasycs GmbH · Auftragseingang · Hochstr. 8 · 76703 Kraichtal

für ein Strategische Unternehmens-Audit

Hiermit nehme ich das Angebot für ein *Strategisches Unternehmens-Audit* an und bestelle gem. den ibasycs AGB folgende Leistung (Zutreffendes ankreuzen und fehlende Angaben ergänzen):

- Ein *Standard Strategisches Unternehmens-Audit*
- Ein *Individuelles Strategisches Unternehmens-Audit* mit folgenden Besonderheiten

Gewünschte Workshop-Dauer: ca. _____ Std

Gewünschter Starttermin: _____

Ihre Bestellnummer: _____

Bitte melden Sie sich bei mir am/um _____

unter _____

Anmerkung: _____

Name Firma: _____

Name (Position) Besteller: _____

Ort, Datum: _____

Unterschrift (mit Stempel): _____



Dieter Huber
Inhaber und Geschäftsführer



ibasycs GmbH
Hochstraße 8
76703 Kraichtal
<http://www.ibasycs.com>

mail: dieter.huber@ibasycs.com
fon: +49 7251 61808-0
fax: +49 7251 61808-20
mobile: +49 151 1165 4131