|  |
| --- |
| **Strategischer Navigationsplan:** *Werkzeug* |
| ***Ebene*** | ***Schlüsselthemen*** | ***Umsetzungs-Schwerpunkt*** | ***Termin*** | ***Verantw.*** |
| **Ebene 3** | **Künftiges Geschäftsmodell**:* Transformations- und Veränderungsfähigkeit
* Innovationsleistung
* Umsetzungspiloten
* Neue Kompetenzen
* Neue Arbeitsmethoden
 |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Ebene 2** | **Heutiges Geschäftsmodell**:* Marktanteil
* Kundennutzen
* Image
* Arbeitgeber-Attraktivität
* Produktivität
* Kostenposition
 |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Ebene 1** | **Operatives Geschäft**:* Umsatz
* Kundenzufriedenheit
* Profitabilität
* Liquidität
* Reaktionsfähigkeit
 |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

|  |
| --- |
| ***Strategischer Navigationsplan:*** *Beispiel (Industrie)* |
| Hintergrund: Ein mittelständisches Maschinenbau-Unternehmen entwickelt einen Zukunfts- und Umsetzungsplan anhand der drei Orientierungsebenen. Dieser ist die Basis für die einzelnen Geschäftsfeld- und Funktionalstrategien. Zusätzlich werden die Schlüsselthemen in den Zielvereinbarungen verankert. |
| ***Ebene*** | ***Schlüsselthemen*** | ***Umsetzungs-Schwerpunkt*** | ***Termin*** | ***Verantw.*** |
| **Ebene 3** | **Künftiges Geschäftsmodell**:* Transformations- und Veränderungsfähigkeit
* Innovationsleistung
* Umsetzungspiloten
* Neue Kompetenzen
* Neue Arbeitsmethoden
 | 1. Entwicklung einer ersten Plattform-Lösung mit einem Piloten im Geschäftsfeld „Automotive-Elektronik“ | 31.12. | Henze |
| 2. Integration von ersten KI-Ansätzen in die Sensorik- und Steuerungskomponenten PCT und ASR 2.0 | 30.09. | Klimt |
| 3. … |  |  |
| **Ebene 2** | **Heutiges Geschäftsmodell**:* Marktanteil
* Kundennutzen
* Image
* Arbeitgeber-Attraktivität
* Produktivität
* Kostenposition
 | 1. Einführung von „Pay-per-use“ Modellen für die bestehenden Produktlinien MC 2 und MC 3 | 31.10. | Peters |
| 2. Marktentwicklung Indonesien und Pakistan im Apparel-Business mit je 5 Kundenprojekten | 30.06. | Müller |
| 3. … |  |  |
| **Ebene 1** | **Operatives Geschäft**:* Umsatz
* Kundenzufriedenheit
* Profitabilität
* Liquidität
* Reaktionsfähigkeit
 | 1. Lösung für die Materialbeschaffung im Geschäftsfeld Medizintechnik (Ausweitung Lieferantenbasis…) | 31.05. | … |
| 2. … |  |  |