



## Strategieprozess eines Service-Bereiches

### Ziel

Strategische Neuausrichtung eines Bereiches mit 450 Mitarbeitern (bei einem OEM) zu einem global aufgestellten flexiblen und kundenorientierten Dienstleister. Gestaltung eines neuen Geschäftsmodells sowie Veränderung der Bereichsstruktur.

### Vorgehen

Vorgehen analog Strategiegestaltungsphase und Implementierungsphase.

Der Strategieprozess war ein intensiver Findungs- und Diskussionsprozess über den einzuschlagenden Weg. Dabei spielten Abteilungsinteressen eine große Rolle. Verbunden mit schwierigem Kommunikationsverhalten und den unterschiedlichen Hierarchiestufen war es eine Herausforderung, alle unter einen Hut zu bekommen - was nach intensivem Prozess und verbindlichen Maßnahmen gelang. Dieser erweiterte Führungskreis war dann der Nukleus zur Implementierung in der Fläche. Der Review nach einem Jahr zeigte, dass die Strategie sich bei den meisten verinnerlicht hat und weiter intensiv vom Management auf der Spur gehalten wird.

### Ergebnis

Der Strategieprozess ergab eine klare gemeinsam getragene Ausrichtung und Perspektiven für die Zukunft. Ein Einsparungspotential von 15 % wurde identifiziert und sockelwirksam festgeschrieben. Im Rahmen eines Changeprozesses im Unternehmen konnte der Nutzen im Rahmen der Wertschöpfungskette eindeutig dargestellt werden. Die Effizienz in der Zusammenarbeit auf Führungsebene wurde erheblich verbessert.