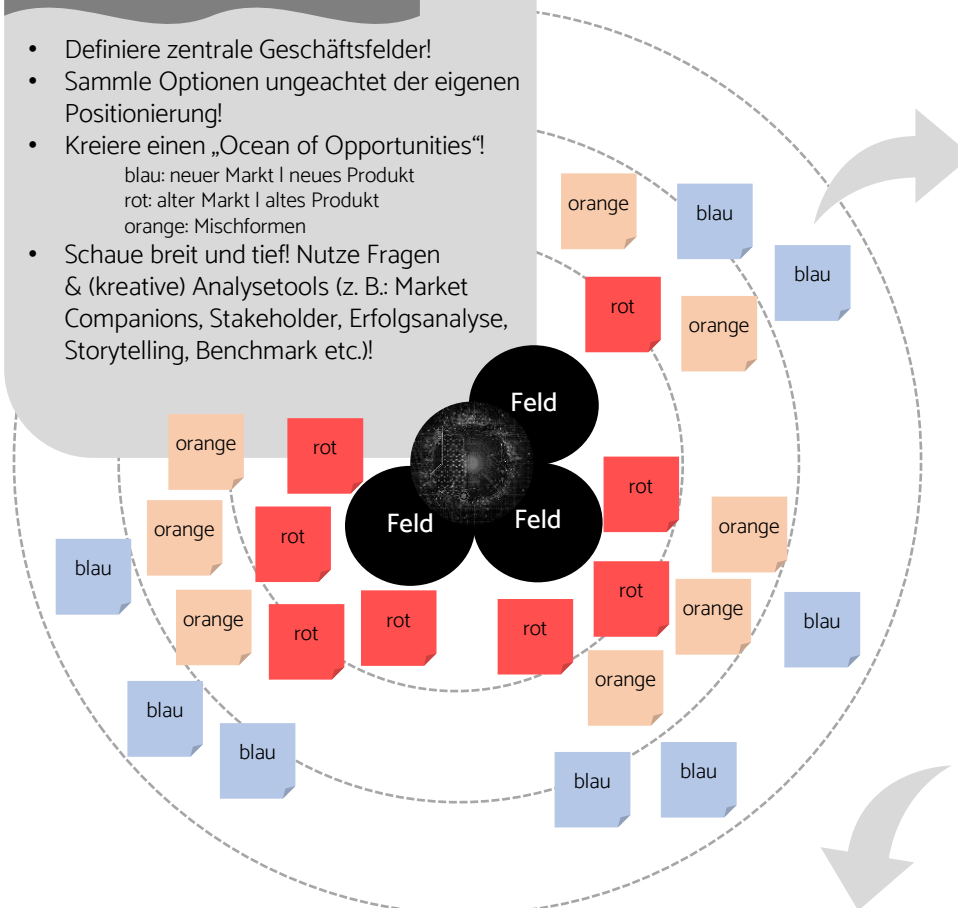
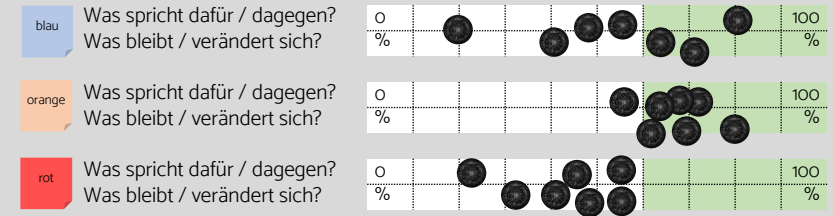


Schritt 1 | Sammle Optionen!

- Definiere zentrale Geschäftsfelder!
- Sammle Optionen ungeachtet der eigenen Positionierung!
- Kreiere einen „Ocean of Opportunities“!
blau: neuer Markt | neues Produkt
rot: alter Markt | altes Produkt
orange: Mischformen
- Schauge breit und tief! Nutze Fragen & (kreative) Analysetools (z. B.: Market Companions, Stakeholder, Erfolgsanalyse, Storytelling, Benchmark etc.)!



Schritt 2 | Wäge Optionen ab!



Vertiefe und beurteile Optionen!
Fasse Ergebnisse zusammen!

Was bleibt?	Was weg?
Was mehr, weniger, anders?	Was neu?

Schritt 3 | Bereite Entscheidung vor!



- Entscheidungskriterien entwickeln
- Entscheidungsprozess aufstellen
- Rollen, Faktoren, Rahmenbedingungen, Befugnisse klären

Schritt 4 | Formuliere Entscheidung aus!

	Zweck, Nutzen & Geschäftsfelder	Vision, Mission & Selbstverständnis	Positionierung & Kernkompetenzen	Produkte, Leistungen & Outcome	Besonderheiten & Rahmenbedingungen
Was ist der unveränderliche, unverhandelbare Kern?					
Welche Anpassungen wurden beschlossen?					