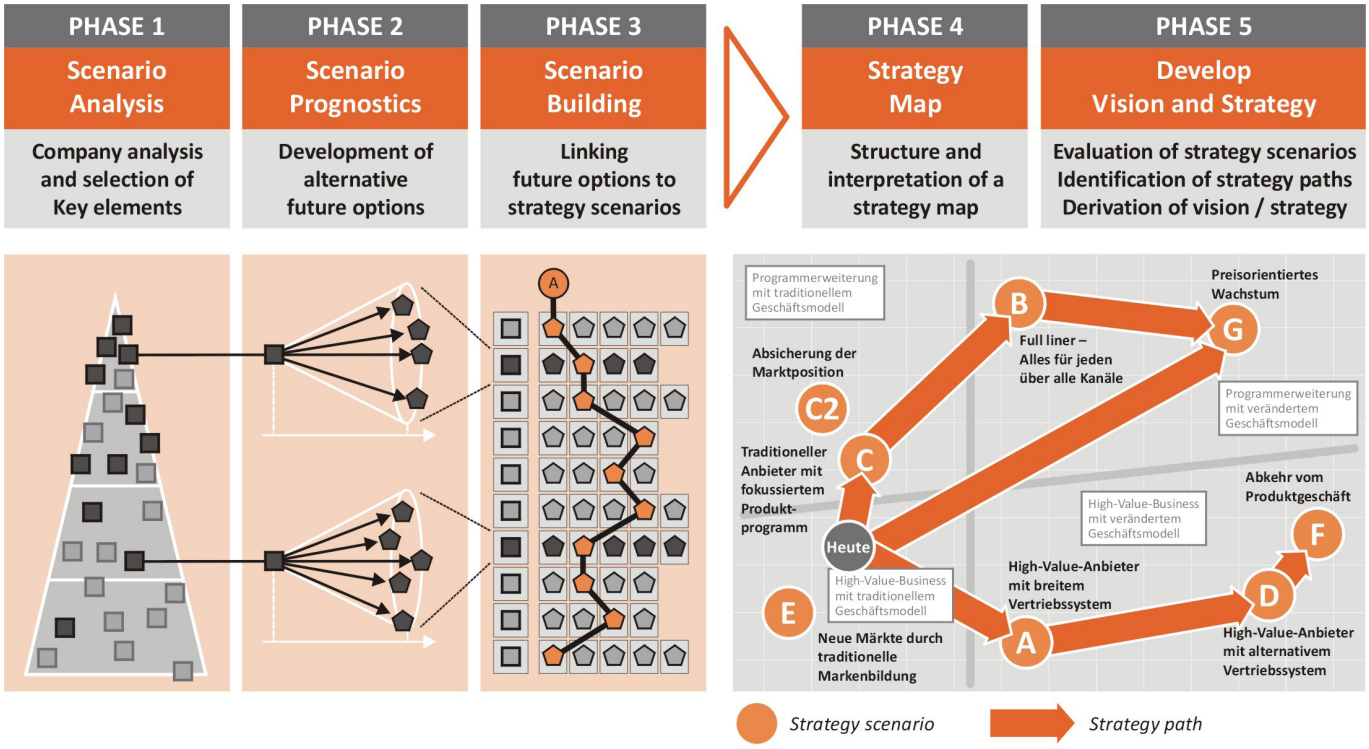
ScMI
Scenario Management International
Aktiengesellschaft für Zukunftsgestaltung
und Strategische Unternehmensführung

Visionary orientation with a strategy maps



Visionary alignment with strategy scenarios

Determine the course on the basis of your own „strategy map“

Uncertainty exists not only with regard to the market and industry environment, but also with regard to our own opportunities: How could we react to possible market changes? Which of our previous strategy fundamentals will also apply in the future? What should a robust vision look like? And what strategy paths are open to us?

Identifying these and a multitude of similar questions together, openly discussing possible answers and bundling them into a common view of the future - this is the subject of so-called strategy scenarios. They describe the company‘s own scope for action in the future. At the same time, the various strategic options are summarized in a strategy map, enabling a systematic vision and strategy development. The development and interpretation of strategy scenarios takes place in several steps:

- **Selection of strategy elements (phase 1):** Here, the questions to be answered in the strategy process are worked out. The particularly relevant levers are referred to as strategy elements.
- **Development of future options (phase 2):** Subsequently, it is discussed which development options are conceivable for the individual strategy elements. This leads to the so-called future options.
- **Linking the future options to strategy scenarios (phase 3):** The goal of the third step is to identify fundamental action alternatives in the form of consistent strategy alternatives.
- **A Construction and interpretation of a strategy map (phase 4):** The strategy scenarios are linked in a strategy map. This also shows the development possibilities of strategies - for example, from the present to a desired future.

Based on the strategy scenarios and the strategy map, a targeted and future-oriented strategy discussion can now take place. Various tools are available for their design - an accompanying analysis of the initial situation, a joint or specific evaluation of the future options, or a review of the robustness of individual strategy scenarios by linking them to environmental trends or environmental scenarios.

Your benefit:

- ***The vision and strategy development process is systematized and thus becomes comprehensible and communicable.***
- ***Different, sometimes only subliminally acting assumptions about the future and strategy preferences in the management circle are introduced and become visible in a constructive way.***
- ***The strategy map creates a common tool that can be used to address conflicts.***
- ***By working with strategy paths, partial steps or options on the way to a common vision can also be described.***

Diamant Software GmbH & Co. KG

Durchführung und Moderation eines Strategie-Projekts »Entwicklung von Strategieszenarien zur strategischen Ausrichtung von Diamant«

Die DIAMANT SOFTWARE GmbH & Co. KG ist der marktführende Spezialist für Rechnungswesen- und Controlling-Software in Deutschland. Im Rahmen des Projekts »Entwicklung von Strategieszenarien zur strategischen Ausrichtung von Diamant« wurden, basierend auf einer Trendanalyse, Umfeld- und Strategieszenarien entwickelt. Zur Ableitung einer zukunftsrobusten strategischen Stoßrichtung wurden die strategischen Optionen in Hinblick auf ihre Eignung für die verschiedenen möglichen Umfeldentwicklungen bewertet und strategische Leitsätze erarbeitet.

FRONTEX – Europäische Agentur für die operative Zusammenarbeit an den Außengrenzen, Warschau

Entwicklung von Strategieoptionen für FRONTEX zur Identifikation strategischer Themen

Die Europäische Agentur für die operative Zusammenarbeit an den Außengrenzen der Mitgliedstaaten der Europäischen Union (Frontex) wurde als spezialisierte und unabhängige Einheit gebildet, um die Koordinierung der einzelstaatlichen Aktionen zur Durchführung von Gemeinschaftsmaßnahmen im Bereich des Grenzschutzes an den Außengrenzen zu gewährleisten. Als Ausgangspunkt für seinen Strategieentwicklungsprozess führte Frontex einen zweitägigen Workshop mit dem Senior Management durch, der von der ScMI AG moderiert wurde. Auf diesem Workshop entstanden acht alternative Strategieoptionen für FRONTEX. Diese wurden im Rahmen der strategischen Weiterentwicklung mit der gegenwärtigen Strategie abgeglichen und in einer Zukunftslandkarte dargestellt.

Holter Regelarmaturen GmbH & Co KG

Erarbeitung von Strategieoptionen für den Geschäftsbereich HLK-Armaturen

Die Holter Regelarmaturen GmbH & Co. KG (HORA) ist ein mittelständisches, unabhängiges Familienunternehmen mit 180 Mitarbeitern und Stammsitz in Schloss Holte-Stukenbrock. Ein Hauptgeschäftsfeld sind Regelarmaturen für die Heizungs-, Lüftungs- und Klimatechnik (HLK). Dieser Bereich ist durch einen scharfen Wettbewerb, geringe Fertigungstiefe und begrenzte Differenzierungsmöglichkeiten gekennzeichnet. Aus diesem Grund wurden im Rahmen eines Workshops systematisch verschiedene Strategieoptionen für den HLK-Geschäftsbereich erarbeitet, bewertet und eine strategische Ausrichtung abgeleitet.

INPRO Innovationsgesellschaft für fortgeschrittene Produktionssysteme in der Fahrzeugindustrie

Erarbeitung von Strategieoptionen und Ableitung einer strategischen Ausrichtung für die INPRO

Die INPRO ist eine Tochtergesellschaft deutscher Automobilhersteller und Zulieferunternehmen. INPRO stand vor der Aufgabe, neue strategische Schwerpunkte zu identifizieren. Im Rahmen eines Strategie-Workshops im Kreis der Führungskräfte wurde die zukünftige Ausrichtung festgelegt. Dazu wurden in einem systematischen Diskussionsprozess zunächst Strategieoptionen entwickelt, auf deren Basis die strategische Stoßrichtung festgelegt wurde. Die strategischen Ziele wurden in einem Leitbild gebündelt und mit Kompetenzfeldern hinterlegt. Die daraus abgeleiteten Maßnahmen markieren erste Schritte zur Umsetzung des Leitbildes.

LVV Leipziger Versorgungs- und Verkehrsgesellschaft

Mobilitätsstrategie für Leipzig 2030

Die Zukunftsgestaltung urbaner Mobilitätssysteme ist eine zentrale und zugleich hochkomplexe Aufgabe der Stadtentwicklung. Vor diesem Hintergrund haben die LVV, die Stadt Leipzig und die ScMI AG gemeinsam eine Zukunfts-Landkarte alternativer Mobilitätsstrategien entwickelt. In einem interdisziplinären Prozess wurden die Sichtweisen von Politik und Verwaltung ebenso einbezogen wie die Vorstellungen der Bürger und Verkehrsbetriebe. Die systematische Darstellung, Quantifizierung und Bewertung von sechs denkbaren Strategieszenarien ermöglichte einen offenen, transparenten und lösungsorientierten Diskurs im politischen und öffentlichen Raum. Dieser mündete in einen Ratsbeschluss zur Festlegung der zukünftigen Mobilitätsstrategie der Stadt Leipzig.

POCO Einrichtungsmärkte GmbH:

Strategische Ausrichtung der POCO Einrichtungsmärkte

Die POCO Einrichtungsmärkte GmbH ist ein international tätiges Handelsunternehmen. Um eine langfristige und zukunftsorientierte Ausrichtung des Unternehmens sicherzustellen, führte die Geschäftsleitung eine Strategiekonferenz unter methodischer Leitung und Moderation der ScMI AG durch. Ziel dieser zweitägigen Veranstaltung war es, die wesentlichen strategischen Fragestellungen im Unternehmen zu identifizieren, ein gemeinsames Verständnis bezüglich des aktuellen Status zu schaffen und alternative Vorstellungen über die zukünftige Ausgestaltung der Themen im Leitungskreis offen zu diskutieren. Als Ergebnis lag eine Zukunftslandkarte denkbarer Zukunftsstrategien vor. Diese schafften Orientierung sowie Transparenz bezüglich der grundsätzlichen Gestaltungsmöglichkeiten und bildeten die Grundlage für eine systematische Entscheidungsfindung.

Allgäuer Überlandwerk GmbH
SWU Energie GmbH
Theben AG

Development of strategy scenarios for trade fairs and billing on the basis of revised environment scenarios

In 2006/2007, SWU Energie AG, one of the leading energy service providers in Baden-Württemberg, developed scenarios for metering and counting for the first time. These environment scenarios have now been revised together with Allgäuer Überlandwerk and Theben AG. Subsequently, possible strategy approaches in this field were identified with the help of strategy scenarios and visualized in a »Strategy map«. The linking of strategy and environment scenarios revealed potential for change and consequences that each partner is working on for itself.

TEAM Partner for Technology and Applied Methods of Information Processin

Strategy scenarios for TEAM GmbH

TEAM Partner für Technologie und angewandte Methoden der Informationsverarbeitung GmbH is a software company founded in 1982 and part of the MATERNA GmbH Information & Communications group of companies. In view of the diverse market trends (for example, competition between different technology standards, dominance of individual software systems such as SAP, changes in communication behavior, industry-specific developments such as concentration trends, outsourcing and process shifts), it is important for a medium-sized company such as TEAM to identify and evaluate conceivable medium and long-term strategies. As part of a Szenario Konferenz™, various strategy scenarios were developed and evaluated based on the most important trends from the IT environment. This resulted in two possible strategic thrusts, which were subsequently further specified.

Wöhler Messgeräte Kehrgeräte

Development of strategy scenarios for the strategic orientation of Wöhler Messgeräte Kehrgeräte GmbH

For more than four decades, the Wöhler Group has stood for quality, innovative products and optimum service in the fields of measuring and sweeping equipment, mechanical engineering and technical brushes. Since 1996, the measuring instruments and sweepers division has been managed by the independent Wöhler Messgeräte Kehrgeräte GmbH. Due to the opening of the chimney sweeping market, complexity and competition in the core business of Wöhler Messgeräte Kehrgeräte GmbH are increasing. Therefore, the strategic starting situation was analyzed in a joint project and market and environment trends were identified and evaluated. In view of these market changes, the company was faced with the challenge of identifying and evaluating conceivable medium- and long-term strategies. These »internal blueprints for the future« were jointly developed by the management circle at a two-day Szenario Konferenz™, linked to the market trends and further developed in the sense of a future-robust strategic alignment.

ZF Friedrichshafen AG, Business field SB (Bus):

Strategy review: Development of strategy scenarios for the SB business area

DZF Friedrichshafen AG is a leading global automotive supplier in driveline and chassis technology. Within the scope of a two-day Szenario Konferenz™,a group of employees from the SB business unit was taught the basics of Szenario Management™. One focus of the event was the application of Szenario Management™ in strategy development. Against the background of existing market trends, existing strategy statements were subjected to a critical review and alternative strategy scenarios developed as a guide to future strategic alignment.

Imprint

Publisher:
Scenario Management International AG
Klingenderstraße 10-14, 33100 Paderborn
Phone: +49 (5251) 150-570, Fax: +49 (5251) 150-579
Email: info@scmi.de,
Website: www.scmi.de

Author:
Dr. Alexander Fink, November 2019

References:
Title: Angel - stock.adobe.com

Contact

Hanna Jürgensmeier
Phone: +49 (5251) 150-581
Email: juergensmeier@scmi.de

Miriam Beine
Phone: +49 (5251) 150-583
Email: beine@scmi.de