

Projektbericht

imPlus begleitet die A1 Telekom Austria bei der Strategieentwicklung



Unternehmenshintergrund

Die A1 Telekom Austria ist als eines der 10 größten Unternehmen Österreichs im Bereich Informations- und Kommunikationstechnologie tätig und beschäftigt ca. 12.000 Mitarbeiter. Das Unternehmen entstand im Juli 2010 durch eine Fusion der Unternehmen Telekom Austria AG und mobilkom austria AG und ist Marktführer in ganz Österreich in den Bereichen Festnetz und Mobilfunk, sowohl in der Telefonie als auch im Internetbereich. Die A1 Telekom Austria bedient mit über 100 Niederlassungen in Österreich über 7 Mio. Kunden und erwirtschaftet einen Umsatz von ca. € 3 Milliarden. Das Unternehmen mit Headquarter in Wien ist das Zugpferd der im zentral- und osteuropäischen Raum tätigen Telekom Austria Group.

Projektziele

imPlus begleitete die A1 Telekom Austria von Juli bis Dezember 2010 bei einem intensiven Strategieentwicklungsprozess im Geschäftskundenvertrieb. Die wichtigsten Ziele des Projekts waren:

- Darlegung einer detaillierten Marktsicht als Grundlage strategischer Entscheidungen
- Erarbeitung der strategischen Ausrichtung des Bereichs Business Sales
- Entwicklung einer Roadmap inkl. Umsetzungsmaßnahmen mit den einzelnen Abteilungen, um die Strategieimplementierung sicherzustellen

Herausforderung

Das Unternehmen befindet sich durch die Fusion in einem

tiefgreifenden Veränderungsprozess, die Bereiche wurden neu aufgestellt und zwei Unternehmen mit unterschiedlicher kultureller Ausprägung sind aufeinander getroffen. Zudem bestanden hoher Zeitdruck und starke Interdependenzen zur Entwicklung der Unternehmensstrategie. Eine weitere Herausforderung bestand in der dezentralen Organisation der Unternehmensstruktur.

Projektstruktur

Um die angeführten Projektziele zu erreichen waren 4 Projektphasen erforderlich:

1. Diagnose der Ausgangssituation
2. Strategische Analyse inkl. Marktanalyse
3. Entwicklung & Bewertung strategischer Handlungsfelder
4. Strategieimplementierung in den Abteilungen

Dabei wurden Markt- und Wettbewerbssituation, Trends und Erfolgspotenziale unter Einbeziehung interner und externer Player bewertet. Beispielsweise wurden Experteninterviews zu den Themen Markt, Trends und Chancen mit Brancheninsidern geführt. Um die Strategie zu entwickeln und Entscheidungen herbeizuführen war die Einbeziehung von verschiedensten Führungskräften erforderlich. Insgesamt waren in den Strategieprozess ca. 50 Führungskräfte eingebunden.

Das Projekt wurde auf Beraterseite von Mag. (FH) Christian Ruthner, MBA geleitet. Es kamen verschiedenste

Methoden und Instrumente zum Einsatz. Der Beratungsaufwand betrug 36 Tage und die Projektdurchlaufzeit 6 Monate.

Ergebnisse

Die wichtigsten Ergebnisse der Beratungsarbeit waren:

- Umfassende Marktanalyse als Basis für die Strategiearbeit
- Positionierung der Geschäftsfelder
- Definierte strategische Stoßrichtung inkl. Handlungsfelder
- Abgeleitete Ziele und Maßnahmen für den Bereich Business Sales
- Umsetzungsroadmap für jede Abteilung

Zusätzlich schuf das Projekt Orientierung und half Führungskräften und Mitarbeitern nach der Fusion in eine gemeinsame Richtung steuern. Es wurde die Grundlage für das Ausschöpfen zusätzlicher Potenziale durch Konvergenzthemen (Festnetz & Mobilfunk) geschaffen.

USP

Laut Auftraggeber überzeugte imPlus mit einer umfassenden Marktsicht, einer zielführend gestalteten Strategiefindungsphase, persönlichem Gespür und Engagement. Der Zugang zu Branchenexperten war für das Projekt ebenso von Vorteil wie die Nähe zum Kunden (Standort in Wien) sowie die hohe Kompetenz in Strategie- und Marktfragen. Näheres dazu findet sich im Referenzschreiben.