Strategische Neupositionierung einer eLearning-Beratungs- und Produktionsagentur

Zeitraum: September–Oktober 2025

Ausgangssituation

Eine seit über 25 Jahren etablierte eLearning-Beratungs- und Produktionsagentur in Wien stand angesichts rückläufiger internationaler Projektaufträge, steigenden Wettbewerbsdrucks und tiefgreifender technologischer Veränderungen – insbesondere durch KI – vor der Herausforderung, ihr Geschäftsmodell und ihre Marktpositionierung neu auszurichten.

Zielsetzung

Ziel des Strategieprozesses war die Entwicklung einer zukunftsfähigen Unternehmensausrichtung. Im Mittelpunkt standen die Identifikation attraktiver Märkte und Geschäftsfelder, die Bewertung unterschiedlicher strategischer Optionen sowie die optimale Nutzung vorhandener Kompetenzen und Ressourcen.

Leistungen von JMC

Konzeption, inhaltliche Vorbereitung und Moderation einer vierteiligen Strategie-Workshopreihe mit der Geschäftsführung und ausgewählten Mitarbeitenden.:

- Analyse der wirtschaftlichen Ausgangssituation sowie der bestehenden Geschäftsfelder und Kompetenzen
- Markt- und Umfeldanalysen für die DACH-Region und internationale Entwicklungszusammenarbeit (PESTEL, SWOT)
- Entwicklung und strukturierte Bewertung alternativer strategischer Zukunftsszenarien
- Moderation der gemeinsamen Strategieentwicklung und Priorisierung strategischer Handlungsfelder
- Erarbeitung eines groben Umsetzungsfahrplans mit Maßnahmen, Ressourcenanforderungen und strategischen Partnerschaftsoptionen.

Ergebnisse und Nutzen

Die Workshopreihe schuf eine fundierte und gemeinsam erarbeitete Entscheidungsgrundlage für die strategische Neuausrichtung des Unternehmens.

Durch die systematische Gegenüberstellung von Marktchancen, wirtschaftlichen Anforderungen und internen Stärken konnten strategische Optionen transparent bewertet und priorisiert werden. Der Prozess unterstützte die Schärfung der künftigen Positionierung, die Identifikation notwendiger Veränderungen im Leistungsportfolio sowie die Ableitung zentraler Maßnahmen für die Umsetzung.

Ein wesentlicher Mehrwert lag in der aktiven Einbindung des Teams: Unterschiedliche Perspektiven wurden zusammengeführt, strategische Entscheidungen gemeinsam vorbereitet und ein geteiltes Verständnis für die zukünftige Ausrichtung geschaffen

© 2026 JMCruyff