Strategische Wesentlichkeitsmatrix für wirkungsorientierte Geschäftsmodelle:

Anger WERK

Wirkungs-relevanz

Macht das Angebot einen echten Unterschied in Bezug auf Umwelt und/oder Gesellschaft?

geringe Relevanz

Bringt das Angebot meinem Unternehmen Umsatz?

Umsatz-relevanz

Strategische Wesentlichkeitsmatrix für wirkungsorientierte Geschäftsmodelle:

Anger WERK

Wirkungs-relevanz

große Wirkung / wenig Umsatz
ENTWICKELN

Heute wirtschaftlich noch nicht zentral, gesellschaftlich aber wichtig: Zukunftsthemen mit Wirkungspotenzial

- beobachten
- Pilotprojekt starten
- Partnerschaften suchen

großes Wirkung / viel Umsatz
PRIORISIEREN

Hier entsteht gleichzeitig Wirkung und wirtschaftlicher Nutzen

- Priorisieren
- Ressourcen investieren
- in Strategie integrieren.

geringe Wirkung / wenig Umsatz
PARKEN

Kein Fokusfeld, da wenig Nutzen: Nice-to-have Ideen oder Prestigeprojekte

- nicht priorisieren
- nur bei freien Ressorcen prüfen

geringe Wirkung / viel Umsatz
OPTIMIEREN

Themen, die wirtschaftlich wichtig sind, aber wenig gesellschaftliche Wirkung haben.

- effizient managen
- NICHT als Impact verkaufen
- an Wirkungstehemn koppeln
- aus diesen Gewinnen Wirkungsthemen finanzieren

geringe Relevanz

Umsatz-relevanz

Dein Fokussatz

Anger WERK

„Ich fokussiere mich auf

_____,
Angebot, Geschäftsbereich

weil es für

_____
Gesellschaft, Umwelt, Geschäft

besonders relevant ist und gleichzeitig

_____
Wirkung

verbessert/reduziert/ermöglicht.“