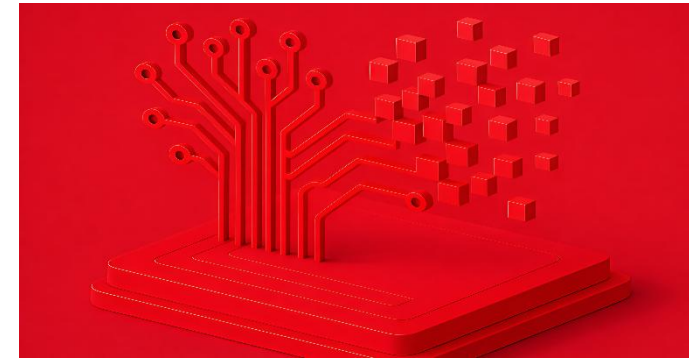




# Digitalstrategie Augustinum

Dr. Benjamin Pabst von Ohain



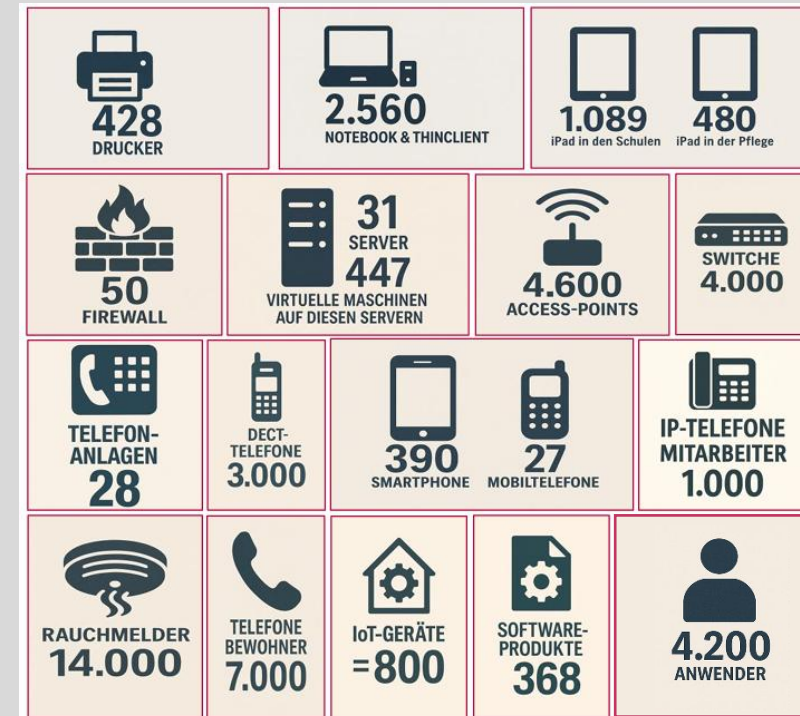
Augustinum Φ

# Woher kommen wir

## Vor 10 Jahren hatten wir ...

- › noch mit einem Investitionsstau zu kämpfen.
- › veraltete Systeme,
- › veraltete Software,
- › dezentrale Datenhaltung teilweise ohne Datensicherung,
- › instabile Netzwerkstrukturen im Verwaltungs- als auch Bewohnerbereich,
- › veraltete Telefonanlagen
- › 4,5 Mitarbeiter\*innen in der IT

## Heute betreuen 35 IT-Mitarbeiter\*innen:



**Leider ist die digitale Transformation mit dem Ausbau der IT-Infrastruktur nicht abgeschlossen**

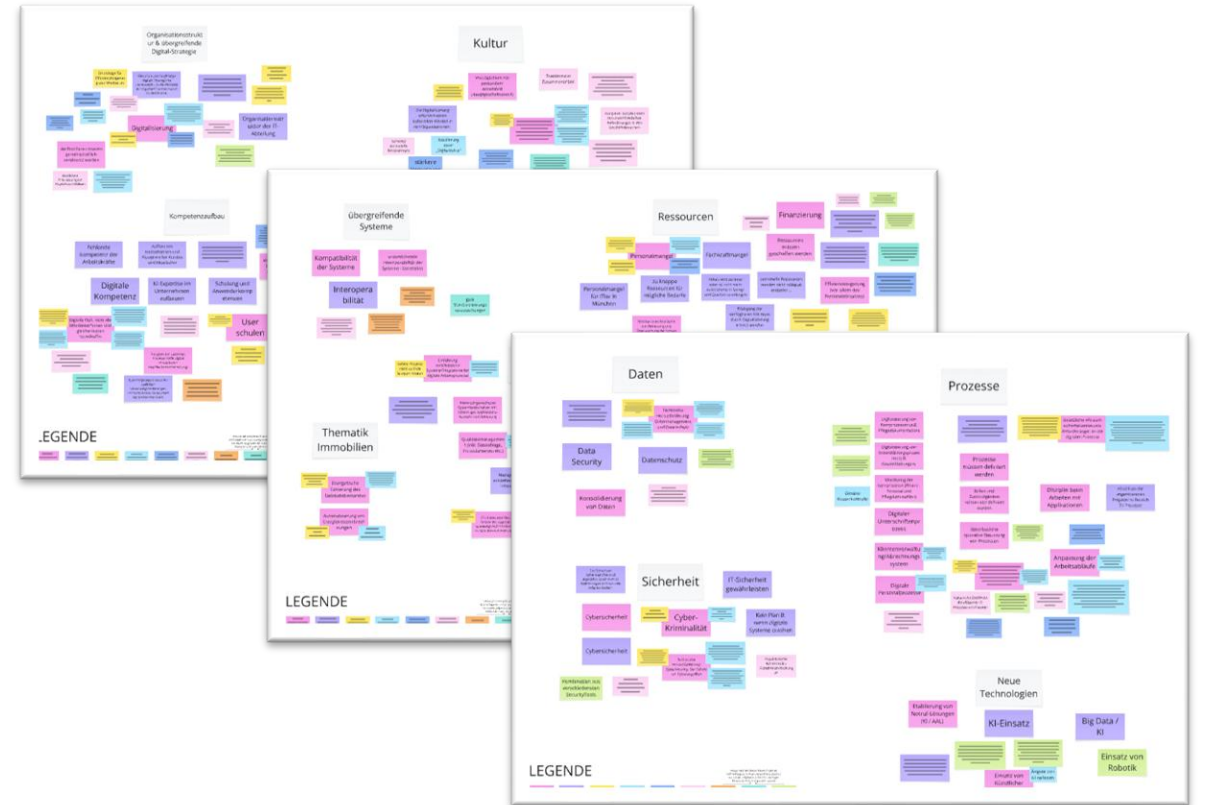
# Unser Startpunkt war im Jahr 2024

Gerade mit der Aktualisierung der Softwareprodukte wurde zunehmend erkennbar, dass uns vor allem der laufende Betrieb und dessen Betreuung mehr und mehr vor Herausforderungen stellt.

Als wir unsere Mitarbeitenden dazu befragten, war schnell klar, dass auch unsere Projekte nicht wirklich aufeinander abgestimmt waren.

Schnell stellten wir uns die Frage, ob wir insgesamt für weitere Digitalisierungen strukturell gut aufgestellt sind, vor allem mit Blick auf die kommenden Entwicklungen – und so ist dieses Projekt entstanden.

## Interviewergebnisse



# Die Top-3 der identifizierten Pain Points im Kontext Digitalisierung

## Digitale Lösungen für die Bedarfe der Mitarbeitenden



Die Mitarbeitenden signalisierten uns, dass digitale Lösungen oftmals nicht ihren Bedarf decken und Prozess teilweise verlangsamen

Digitalisierung muss hier mehr Kapazitäten schaffen, als binden und ineffiziente Arbeitsabläufe erleichtern – die Prämisse bildet ein essenzielles Handlungsfeld

## Change Management & Kommunikation



Unser ist die Vielzahl an Projekten, die im Augustinum für Veränderung sorgen bewusst. Daher darf die Bereitschaft der Belegschaft all diese gleichermaßen mitzutragen nicht vorausgesetzt werden

Ein strukturiertes Change Management in Kombination mit einer zielgruppenorientierten Kommunikation bildet daher ein zentrales Handlungsfeld

## Organisation & System



Digitalisierung und die damit verbundenen Organisationsentwicklung wird nicht „nebenbei“ gelingen, sondern sollte vielmehr strategisch und zentral verankert werden.

Ein strukturierter Aufbau einer eigenen Organisationseinheit, mit dem Auftrag das Augustinum strukturell zu digitalisieren, bildete eine zentrale Säule im weiteren Projektverlauf

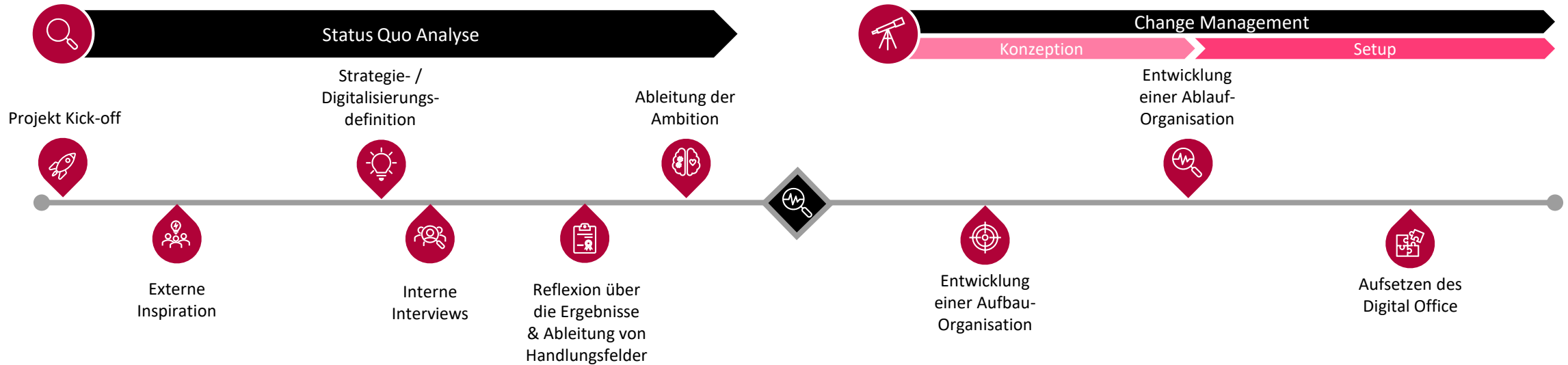
Initial erarbeitete Ambition

**Wir nutzen ein sinnvolles Potenzial an Digitalisierung, damit unsere Mitarbeiter\*innen bestmöglich ihre Leistungen den ihnen anvertrauten Menschen erbringen können.**

# Vorprojekt DIN A4.0

Strategische Projektunterstützung durch die UnternehmerTUM in 2025

# Begleitung der digitalen Transformation durch UnternehmerTUM



## Erfasster Reifegrad

Darstellung des aktuellen **Digitalisierungs- und Zukunftsverständnisses** entlang relevanter interner Stakeholdergruppen als Grundlage für die weitere Ausarbeitung und als Basis für die Definition zentraler Handlungsfelder.

▶ Ableitung eines gemeinsamen Verständnisses und Identifizierung der eigenen Ambitionen im Kontext einer nachhaltigen Digitalisierung

## Strukturiertes Veränderungsmanagement

Sicherstellung einer nachhaltigen und zielgerichteten Digitalisierung innerhalb der Augustinum-Gruppe in zwei wesentlichen Phasen: **Eine individuell-entwickelte Organisationsstruktur und definierte Abläufe** setzen die Basis. Die **Umsetzung erfolgt durch cross-funktionale Teams**, die ein einer **definierten Sprintlogik** vorher definierte Maßnahmen parallel umsetzen.

▶ Ein kontinuierliches übergreifendes Projektmanagement trägt der Komplexität des Vorhabens Sorge und gibt unter anderem den organisatorischen Rahmen der Projektteams vor.

12 Monate (2025)

# Die Status Quo Analyse offenbart einige digitale Baustellen

## Strategische Ausrichtung

(ext.) initiierte Digitalisierung ohne Konzept für den Betrieb, Fehlende digitale Gesamtsteuerung, Definition der Projekte // Digitalisierung vs. IT, DS-Idee: Strategie Paper (=Fahrplan)

## System- & Toollandschaft

Digitale Spielwiese, Gute Geräteausstattung, aber schlechte Nutzung, Heterogene Systemlandschaft

## Kulturelle Herausforderungen & Strukturelle Barrieren

Wo steht uns die Tradition im Weg?, Silo-Denken aufbrechen, Dynamische Veränderung im Umfeld vs. Anpassungskommunikation, Tradition & Wandel, Innovation MINDSET, Agilität & Veränderungsbereitschaft, Führungskräfte / GF als Botschafter

## Kommunikation

E-Mail als Hauptkommunikationskanal überlastet, Kommunikationsstrukturen schaffen, Ängste begegnen & zielgruppenspezifische Kommunikation, Zielgruppenreflexion & Einbindung, LK-Botschaft: Kommunikation von oben (bspw. Ambition)

## Technologische Risiken & Anforderungen

Softwarelandschaft (Durchdringungstiefe / Nutzungsgrade), Nutzbarkeit von Tools vs. Sicherheit, DSGVO vs. Operative Anwendung

## Kompetenzaufbau & Lernen

- Digitale Basiskompetenzen
- Erweiterte digitale Kompetenzen & Befähigung

## Unklare Umsetzungskonzepte

Digitale Angebote ohne Einführungsbegleitung, Fehlende Projektverantwortung & Umsetzung, KI als Thema der Zukunft, ohne Konzept

## Ressourcenmanagement

Ressourcen schaffen (Team & Mitarbeitende), Fachkräfte mit hoher Belastung / wenig Ressourcen

## Aufbau- und Ablauforganisation

Klärung von Rollen, Zuständigkeiten, Verantwortlichkeiten; Standardisierung von Abläufen und Entscheidungsprozessen; Definition von Steuerungs- und Umsetzungsstrukturen.

# Das Strategieprojekt hat erste Handlungsfelder identifiziert

Durchdringungstiefe

## Digitale Ambition des Augustinums

Wir wollen die **Organisation** zukunftsfähig **weiterentwickeln**, indem wir den **digitalen Wandel** **gemeinschaftlich, wertebasiert** & mit Blick auf **unsere Kultur** und Organisation gestalten. Dabei fördern wir eine **sinnvolle** und **menschenorientierte Digitalisierung** und beziehen durch **transparente, kontinuierliche Kommunikation** alle Beteiligten mit ein.

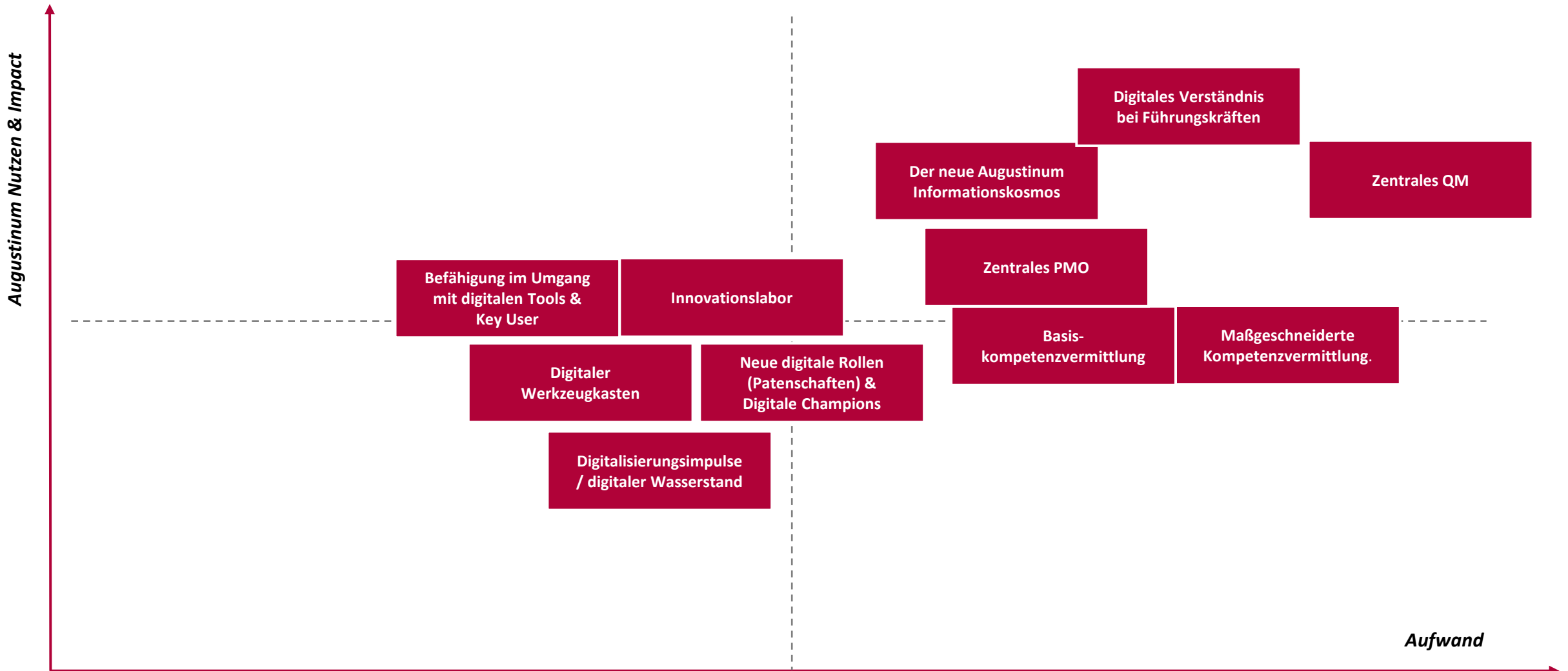
## Identifizierte Handlungsfelder

System- & Toollandschaft	Kommunikation	Tech. Risiko	Strategische Ausrichtung	Kompetenz- aufbau & Lernen
Klare Umsetzungs- konzepte	Prozess- verständnis & -gestaltung	Kulturelle Heraus- forderungen	Ressourcen- management	

## Maßnahmencluster

Digitale Tools & Methoden	Prozessklarheit & Infrastruktur	Aufbau notwendiger Kompetenzen	Kommunikation & Informations-architektur
Kultur & Mindset	Rollen & Multiplikator:innen	Steuerung & Austauschformate	

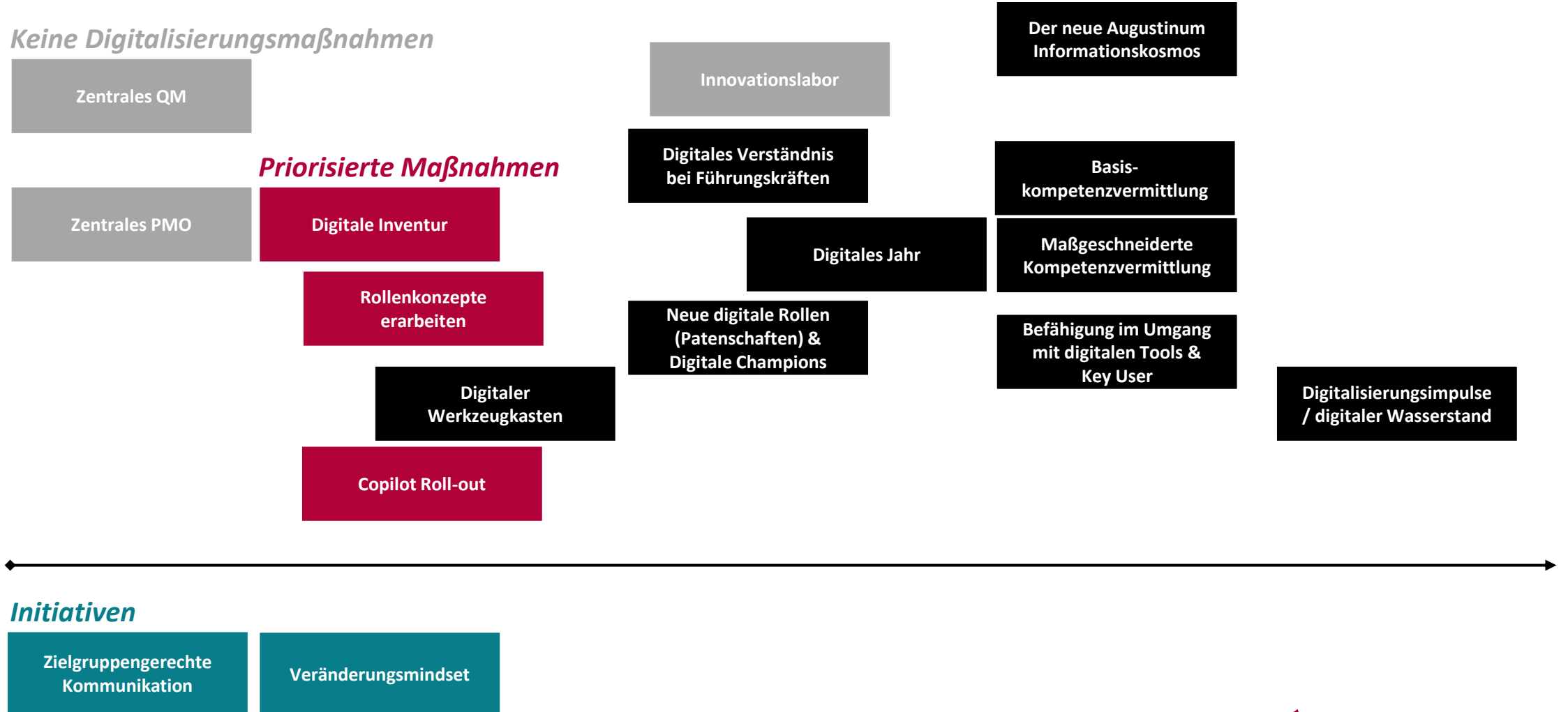
# Bewertungsmatrix der Maßnahmen



(#) = Clusterzuordnung

Zielgruppengerechte Kommunikation      Digitales Jahr      Veränderungsmindset      Digitale Affinität in Stellenbeschreibungen

# Auf Basis der Nutzen-Aufwands-Abschätzung wurde eine Zeitleiste für identifizierte Maßnahmen definiert und priorisiert



# Aus den Handlungsfeldern ergeben sich konkrete Initiativen

## Digitaler Werkzeugkasten:

Digitale Methoden und Tools sollen die Strategiearbeit anreichern, Transparenz schaffen und Beteiligung fördern.

## Befähigung im Umgang mit digitalen Tools

Mitarbeitende sollen lernen, welche digitalen Tools es gibt und wie diese sinnvoll in ihrer Arbeit eingesetzt werden können.

## Maßgeschneiderte Kompetenzvermittlung

Über Kompetenzmatrizen sollen Schulungsbedarfe und individuelle Lernpfade identifiziert und so gezielter Kompetenzaufbau ermöglicht werden.

## Basis-kompetenzvermittlung

Die Vermittlung grundlegender digitaler Fähigkeiten soll einen gemeinsamen Wissensstand im Umgang mit Technik schaffen.

## Digitales Jahr

Ein thematisch fokussiertes Jahr mit Veranstaltungen und Bildungsformaten soll Lust auf Digitalisierung machen und Basiskompetenzen stärken.

## Zentrales PMO

Ein zentrales Projektmanagement-Office soll Transparenz, Priorisierung und Ressourcensteuerung sicherstellen.

## Digitalisierungs Office

Dient der übergeordneten strategischen Steuerung und Koordination von Digitalisierungsmaßnahmen und Ressourcen.

## Zielgruppengerechte Kommunikation

Mitarbeitende sollen über zielgerichtete Kommunikationskanäle relevante Informationen erhalten, wobei gleichzeitig ein Bewusstsein für ihre Holpflicht geschaffen wird.

## Der neue Augustinum Informationskosmos:

Ein einheitliches, gesellschaftsübergreifendes Sharepoint-System soll Informationssilos abbauen und relevante Inhalte zentral zugänglich machen.

## Zentrale Kommunikationsplattform

Ein zentrales Tool oder Portal soll relevante Informationen bündeln, Störungen melden und Weiterentwicklungen sichtbar machen.

## Zentrale Wissensstelle & Datenbank

Ein systematischer Wissensspeicher soll Informationen (z. B. IT, On-/Offboarding) strukturiert bündeln und zugänglich machen, um Selbsthilfe zu fördern.

## Veränderungs- mindset

Durch gezielte Befähigungsmaßnahmen und Eventformate wird ein Mindset geschaffen, das Veränderungen unterstützt und digitale Transformation proaktiv begleitet.

## Digitalisierungsimpulse / Digitaler Wasserstand

Durch Foren, Netzwerke und Konferenzen wird der bereichsübergreifende Austausch über Digitalisierungsprojekte ermöglicht und gefördert.

## Zentrales Qualitätsmanagement

Ein zentrales QM definiert einheitliche Prozesse und Rollen, um Abläufe im Konzern zu harmonisieren und Klarheit zu schaffen.

## Digitale Champions

Digitale Champions sollen bereichsintern Digitalisierung fördern, Bedarfe bündeln, Kolleg:innen begleiten und Rollouts unterstützen.

## Neue digitale Rollen (Patenschaften)

Peer-to-Peer-Patenschaften unterstützen Kolleg:innen mit weniger digitalen Fähigkeiten beim Lernen und der Anwendung.

## Toolbefähigung Key User für Abteilung

Key User werden gezielt geschult, um ihr Wissen in die Abteilungen zu tragen und Kolleg:innen kontinuierlich weiterzubilden.

## Digitale Affinität in Stellenbeschreibung

Die digitale Kompetenz soll bereits in Stellenausschreibungen und Recruitingprozesse einfließen, um zukunftsfähige Teams aufzubauen.

## Digitales Verständnis bei Führungskräften

Führungskräfte sollen befähigt und mandatiert werden, Digitalisierung aktiv zu gestalten, Vorbilder zu sein und digitale Kompetenzen im Team zu fördern.

## Innovations-labor

Ein Experimentierfeld ermöglicht es, innovative Lösungen sicher und ressourcenschonend zu entwickeln und zu testen – abseits des operativen Tagesgeschäfts.

# Um Handlungsfähig zu sein wurden erste Aufgaben des Digital Office priorisiert

## Quick Wins

---

Ein Quick Win ist eine einfach umzusetzende Maßnahme mit sofort sichtbarem, positivem/begeisterndem Effekt, die schnell Ergebnisse liefert und so Motivation und Akzeptanz für den Veränderungsprozess stärkt.

## Maßnahmen

---

Eine Maßnahme ist ein zeitlich begrenztes, klar definiertes Vorhaben mit festem Ziel, Anfang und Ende, sowie zugewiesenen Ressourcen und Verantwortlichkeiten, das gezielt zur Umsetzung der Veränderung beiträgt.

## Initiativen

---

Eine Initiative ist ein dauerhaft angelegtes Vorhaben, das strukturell und kulturell die Grundlage für weitere Veränderungen schafft und diese langfristig fördert.

### Copilot Rollout

Alle Mitarbeitenden im Augustinum wird der Zugang zu Microsoft Copilot freigeschaltet. Ziel der Maßnahme ist, den Umgang mit KI-Tools natürlich aufzubauen

### Digitale Inventur

Erhebung des Status quo zu Tools, Software, Hardware, Skills und Projekten im gesamten Augustinum. Schafft Transparenz und bildet das Fundament für alle weiteren Maßnahmen.

### Neue digitale Rollen

Peer-to-Peer-Patenschaften unterstützen Kolleg:innen mit weniger digitalen Fähigkeiten beim Lernen und der Anwendung.

### Veränderungs- mindset

Durch gezielte Befähigungsmaßnahmen und Eventformate wird ein Mindset geschaffen, das Veränderungen unterstützt und digitale Transformation proaktiv begleitet.

### Zielgruppengerechte Kommunikation

Mitarbeitende sollen über zielgerichtete Kommunikationskanäle relevante Informationen erhalten, wobei gleichzeitig ein Bewusstsein für ihre Holpflicht geschaffen wird.

## Auf einen Blick

- › Durch Maßnahmen wie die Digitale Inventur und Rollenkonzepte wird eine strukturierte Basis für die Digitalisierung geschaffen – mit Fokus auf Transparenz, Wissenstransfer und Kompetenzaufbau.
- › Die Initiativen zielen auf ein verändertes Mindset und zielgruppengerechte Kommunikation ab, um Akzeptanz und Begeisterung für digitale Transformation langfristig zu verankern.
- › Schnelle Sichtbarkeit durch Quick Win: Der Copilot Rollout dient als motivierender Startpunkt, der unmittelbaren Nutzen demonstriert und Momentum für weitere KI- Maßnahmen erzeugt.

**Digital Office**

# Strategisches Digital Office

## Fachliche Aufbauorganisation

	GF	Lenkungsreis	Digital Office	Fachbereiche (IT, QM, etc.)
GF	–	gibt Richtung vor	führt strategisch	führt disziplinarisch
Lenkungsreis	berichtet an	–	entscheidend	(keine direkte Interaktion)
Digital Office	berichtet an	priorisierend & vorselektierend	–	Steuern in der Umsetzung
Fachbereiche	(keine direkte Interaktion)	Beteiligte Stakeholder	ausführend in der Umsetzung	–

## Disziplinarische Aufbauorganisation (auf Bereichsebene)



## Fazit

- › Fachlich: Digital Office führt fachlich, aktiviert alle Bereiche, zentraler Koordinationspunkt.
- › Disziplinarisch: GF führt Digital Office disziplinarisch. Fachbereiche bleiben in Linienführung.

## Rollen im Digital Office

- › **Head of Strategic Digitalization & AI**
- › Digital Portfolio Manager (PMO)
- › Digital Transformation Manager
- › Enablement & Communication Manager
- › AI Expert
- › (Digital Trend/Market & Project Scout)

# Welche Aufgaben hat das Digital Office im Augustinum?

## Digital Office

Das **Digital Office** ist die Schaltstelle für die bereichsübergreifende Steuerung, Strukturierung und Umsetzung der digitalen Transformation. Es handelt im Auftrag des Digital Lenkungsreis und in enger Abstimmung mit der Geschäftsführung sowie den Fachbereichen. Die Verantwortung liegt nicht in der operativen Umsetzung einzelner Fachprojekte, sondern in der methodischen Begleitung, Priorisierung, Befähigung und strategischen Koordination.

### Strategische Steuerung & Portfolio

- Entwicklung und Pflege eines zentralen Digitalportfolios
- Bewertung und Priorisierung von Projekten entlang strategischer Kriterien
- Vorbereitung von Entscheidungen für das Digital Lenkungsreis
- Abstimmung mit der Geschäftsführung zu Ambition, Ressourcen und Zielerreichung

### Umsetzung & Wirkungssicherung

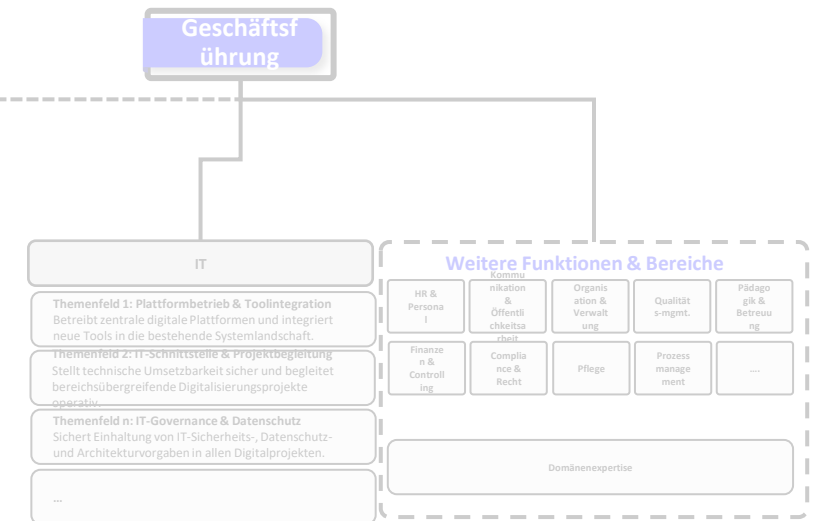
- Methodische Begleitung von Projekten
- Durchführung von Retrospektiven, Reviews, Transferformaten
- Sicherung von Qualität, Wirkung und Transparenz im Projektverlauf

### Projektpipeline & Projekt Scouting

- Aufnahme und Strukturierung neuer Projektideen
- Integration von Kunden-, Markt, und Trendwissen (*bei Skalierung*)
- Scoping & Bewertung gemeinsam mit Fachbereichen
- Weiterleitung qualifizierter Vorhaben in die Umsetzungslogik

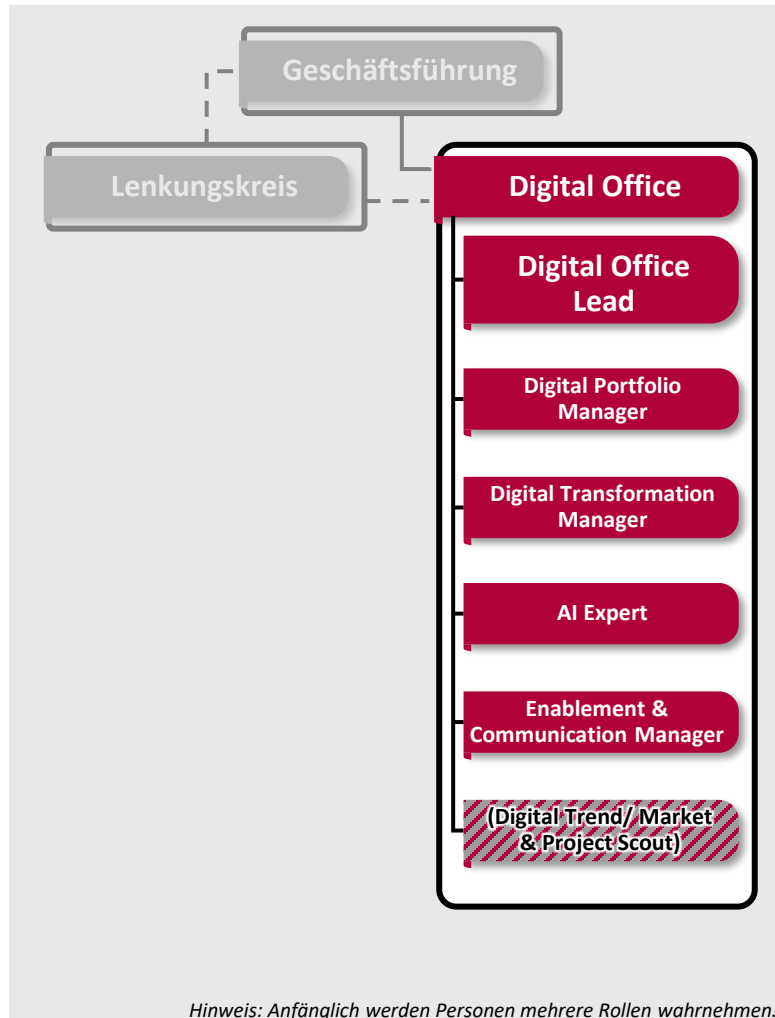
### Enablement & Kommunikation

- Aufbau & Betreuung von Digitallots:innen
- Schulungs- und Befähigungsangebote für Mitarbeitende
- Entwicklung interner Kommunikations- und Feedbackformate
- Förderung des Wissenstransfers



# Rollenbeschreibung des Digital Office auf Bereichsebene

## Einheit



## Digital Portfolio Manager (PMO)

- › **Beschreibung:**  
Der Digital Project Manager verantwortet die Steuerung und Koordination des gesamten Projektportfolios. Sie stellt Transparenz über alle laufenden Projekte her und sorgt für reibungslose Abstimmung.
- › **Typische Aufgaben:**
  - Koordination und Monitoring des Projektportfolios.
  - Erstellung von Statusübersichten und Entscheidungsgrundlagen für den Lenkungskreis
  - Identifikation und Management von Abhängigkeiten zwischen Projekten

## AI Expert

- › **Beschreibung:**  
Der AI Expert identifiziert und bewertet KI-Potenziale, berät Fachbereiche bei der Umsetzung und sorgt für den sicheren, wirksamen Einsatz von KI-Lösungen im Unternehmen.
- › **Typische Aufgaben:**
  - Identifikation und Bewertung von KI-Use-Cases
  - Beratung zu Methoden, Tools und Einsatzszenarien
  - Design des Datenmodells in Zusammenarbeit mit IT/Architektur
  - Erstellung und Begleitung erster Prototypen
  - Sicherstellung von Qualität, Compliance und Governance
  - Enablement durch Leitfäden, Trainings und Feedbackformate

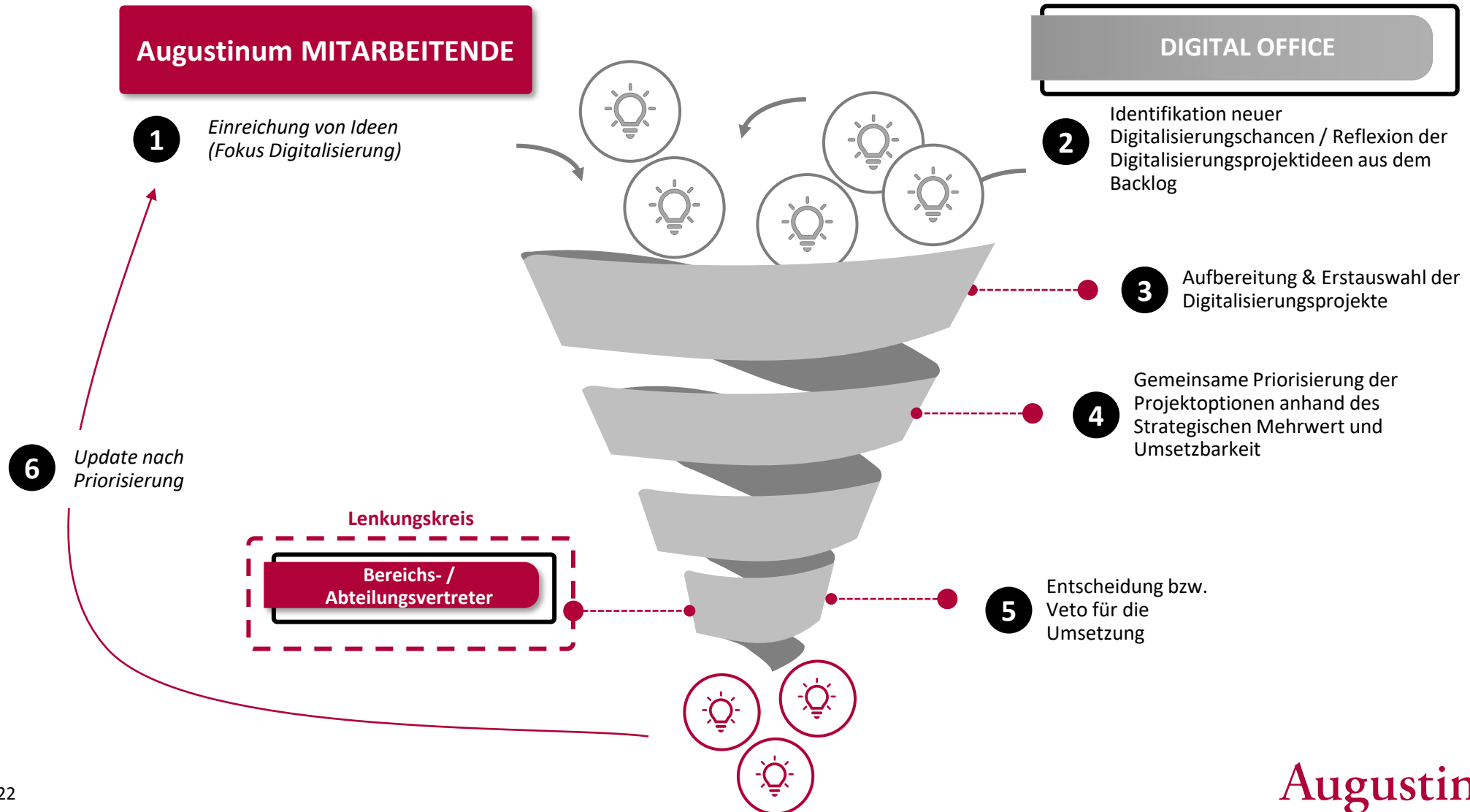
## Digital Transformation Manager

- › **Beschreibung:**  
Der Digital Transformation Manager unterstützt Fachbereiche in konkreten Projekten mit Methodenwissen und Change-Kompetenz. Sie ist methodischer Sparringspartner und Projektkoordinator, nicht operativer Umsetzer.
- › **Typische Aufgaben:**
  - Projektmanagement für bereichsübergreifende Großprojekte
  - Beratung zu Vorgehensmodellen, Tools und Methoden.
  - Begleitung von Projekt-Workshops und Moderation von Entscheidungsprozessen
  - Sicherstellung der methodischen Qualität und Nachvollziehbarkeit

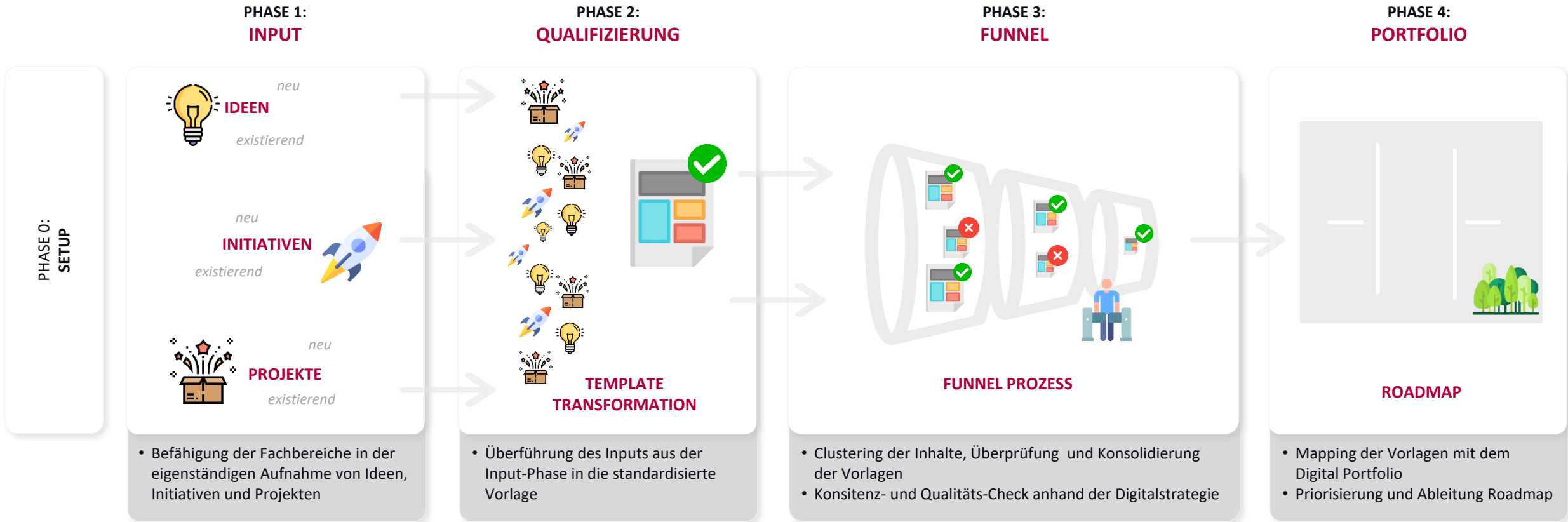
## Enablement & Communication Manager

- › **Beschreibung:**  
Der Enablement & Kommunikation Manager sorgt für Transparenz, Wissenstransfer und Akzeptanz der Digitalisierungsinitiativen. Sie befähigt Mitarbeitende und kommuniziert Erfolge sichtbar in die Organisation.
- › **Typische Aufgaben:**
  - Entwicklung und Umsetzung eines Kommunikations- und Change-Konzepts
  - Planung und Orchestrierung von Enablement-Maßnahmen (Trainings, Wissensformate)
  - Koordination interner Kommunikationsinhalte (Newsletter, Sharepoints, Community, Events)

# Wie entstehen aus Ideen Digitalisierungsprojekte?



# Digital Portfolio Funnel



# Beispiel: langfristige Planungsperspektive (globale Roadmap)

## Planungsperspektiven

## Breakdown



# Durch das KPI-Framework werden Wirkungszusammenhänge in der Roadmap sichtbar



# Kernprozess Digitalisierungsprojekte des Digital Offices

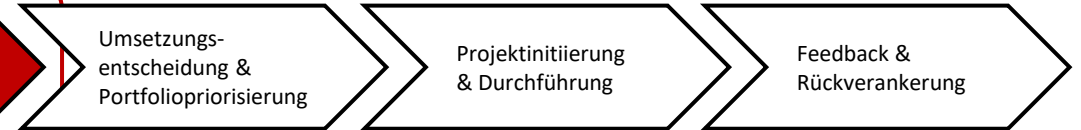
## #1 Setup Digitalisierungsprojekte

Der Kernprozess des Digital Office – Maßnahmen- & Projektanbahnung

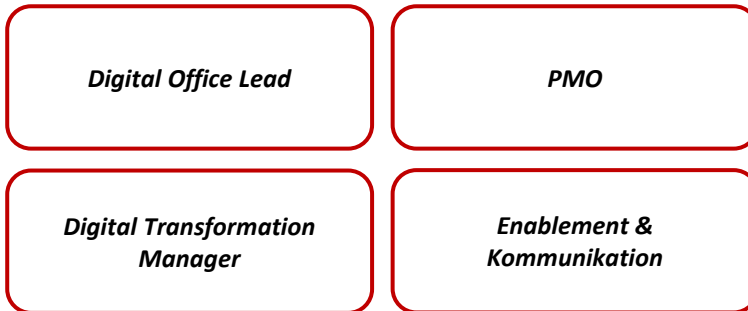


## #2 Umsetzung Digitalisierungsprojekte

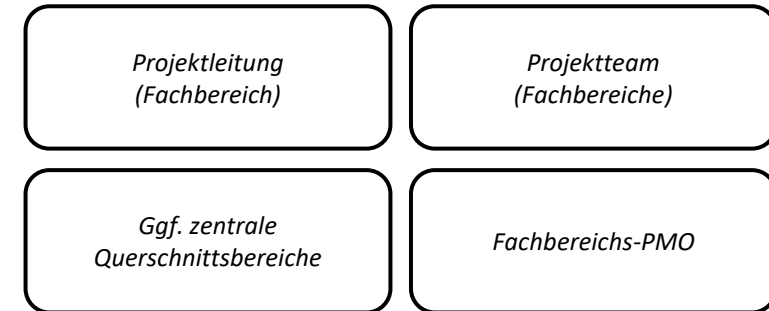
Lenkungsreis



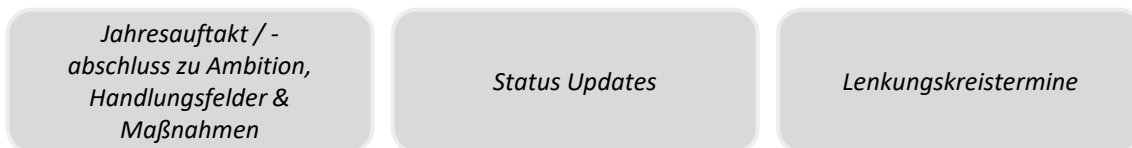
Involvierte Rollen des Digital Office



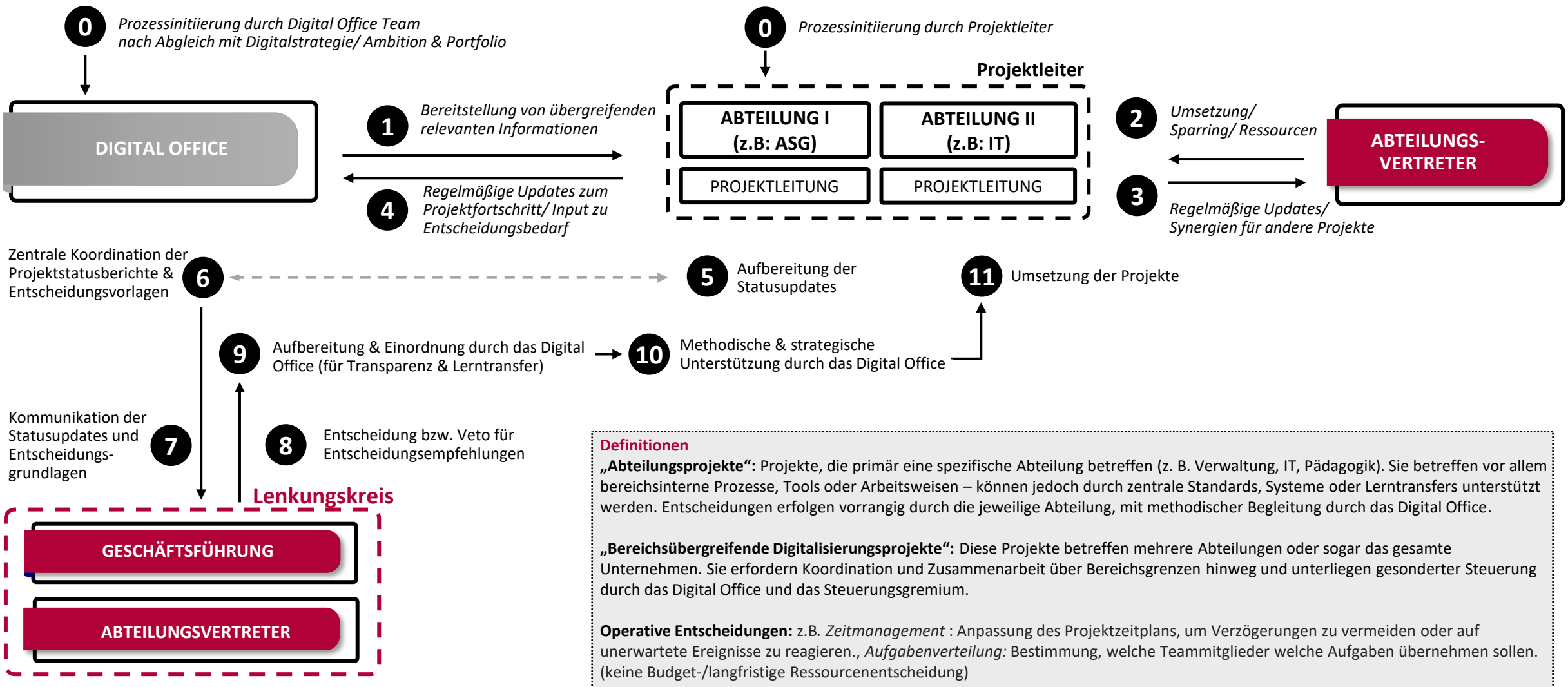
Involvierte Rollen in den Projektteams (Umsetzung)



Zusätzliche Aspekte & Themen des Digital Office



# Gesamtprozess: Bereichsübergreifende Digitalisierungsprojekte



# So erarbeiten wir uns die Digitalstrategie des Augustinums

Über die nächsten 3 Jahre kann sich das Augustinum zu einer performanten Projekt-Matrix-Organisation transformieren:

**AUFBAUEN**

**ETABLIEREN**

**SKALIEREN+**

## Arbeitsbereiche



Strategiedefinition/ Zielbild



Steuerungsmodell/ OKRs / Guiding Principles



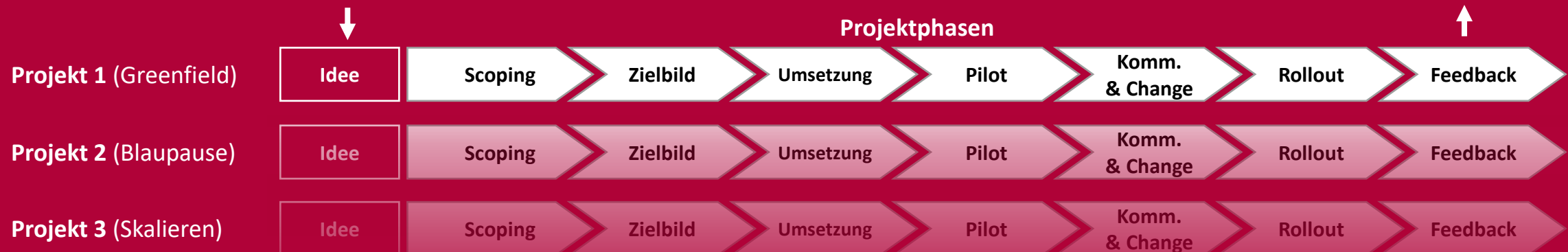
Umsetzung/ Working Model



Kommunikation



Change & Enablement



# Was wird konkret in den Arbeitsbereichen geleistet?

	STRATEGIE	STEUERUNG	UMSETZUNG	KOMMUNIKATION	ENABLEMENT
INHALT	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Purpose (Warum?)</li> <li>• Vision (Was?)</li> <li>• Mission (Wie?)</li> <li>• Guiding Principles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufbau des Steering Models (OKRs), um die Organisation in einer Projekt-Logik zu verankern und zu steuern</li> <li>• Priorisierungslogik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verständnis über Projekte und Projektmanagement</li> <li>• Aufbau PMO</li> <li>• Aufbau PM-Tooling</li> <li>• Projektblaupausen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikative Begleitung der Transformation</li> <li>• Kommunikation an Mitarbeitende, Dienstleister (Externe), Fachbereiche und IT</li> <li>• Kommunikation der Ergebnisse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbreitung von Wissen und Schulungen</li> <li>• Onboarding neuer Mitstreiter</li> <li>• Etablierung und Skalierung innerhalb des Augustinums</li> </ul>
ERGEBNISSE	<p>Auf abstrakter Ebene: Jeder involvierte ist im Bilde was genau zu tun ist, um die strategischen Ziele zu erreichen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stakeholder (Leitung + Fachbereiche)</li> <li>• Projektteams</li> <li>• Externe</li> </ul>	<p>Digital Office:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Das DO-Team weiß, wie es das gesamte Vorhaben steuern kann</li> </ul> <p>Stakeholder und Projektteams:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gemeinsames Verständnis der Projektsteuerungslogik</li> <li>• Alignment der Beteiligten auf eine gemeinsame Zielausrichtung und Priorisierung</li> </ul> <p>Organisation:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Praktische operative Integration</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einheitliche Standards</li> <li>• Leistungsstarkes und handlungsfähiges Zusammenarbeitsmodell</li> <li>• Erste Erfahrungen mit Projektumsetzung</li> <li>• Projektumsetzungsblaupausen</li> <li>• Strukturiertes Portfolio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klare und transparente Kommunikation (nach innen und außen)</li> <li>• Vermittlung von Zielsetzung, Fortschritt und Status Quo</li> <li>• Förderung von Enabler und Beseitigung von Blocker</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kollegen für das Vorhaben begeistern und auf die Reise mitnehmen</li> <li>• Befähigung der Beteiligten</li> <li>• Kontinuierliche Erweiterung der Projektorientierung</li> </ul>
TO DOS	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Definition Purpose und Vision</li> <li><input type="checkbox"/> Review von Mission Statements und Manifest</li> <li><input type="checkbox"/> Ableitung/ Definition der Guiding Principles             <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Definition und Spezifizierung der thematischen „Buckets“</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Ableiten der Guiding Principles je Bucket</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Aufbau eines gemeinsamen Verständnisses (Theorie)</li> <li><input type="checkbox"/> Herleitung der Objectives</li> <li><input type="checkbox"/> Ableiten der Key Results</li> <li><input type="checkbox"/> Ableiten der Initiatives</li> <li><input type="checkbox"/> Scoring für Priorisierung etablieren</li> <li><input type="checkbox"/> Festlegung der jeweiligen Owner</li> <li><input type="checkbox"/> OKR Master befähigen und etablieren</li> <li><input type="checkbox"/> Kick-Start des 1. OKR Cycles</li> <li><input type="checkbox"/> Verprobung anhand eines Piloten in einem Projektteam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Aufbau Projektmanagement Standards und Tooling</li> <li><input type="checkbox"/> Erzeugung von Blaupausen für weitere Projekte</li> <li><input type="checkbox"/> Aufbau des Working Models</li> <li><input type="checkbox"/> Working Model greifbar machen</li> <li><input type="checkbox"/> Onboarding erster Personen / Teams</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Kickoffs kommunizieren</li> <li><input type="checkbox"/> Einheitliche Produktdefinition</li> <li><input type="checkbox"/> Greifbare Beispiele in der Umsetzung</li> <li><input type="checkbox"/> Kommunikation des Arbeitsmodells</li> <li><input type="checkbox"/> Aufbau eines Lighthouse Cases (Präsentation in einer Roadshow)</li> <li><input type="checkbox"/> Adressaten identifizieren (Mitarbeitende, Dienstleister, Fachbereiche und IT)</li> <li><input type="checkbox"/> Pain Points aufdecken</li> <li><input type="checkbox"/> Kommunikationsplan aufbauen</li> <li><input type="checkbox"/> Kommunikation der Ergebnisse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Wissenslücken aufdecken</li> <li><input type="checkbox"/> Gezielte Lerninhalte generieren</li> <li><input type="checkbox"/> Multiplikatoren identifizieren</li> <li><input type="checkbox"/> Feedback-Loops und kontinuierliche Weiterentwicklung etablieren</li> </ul>

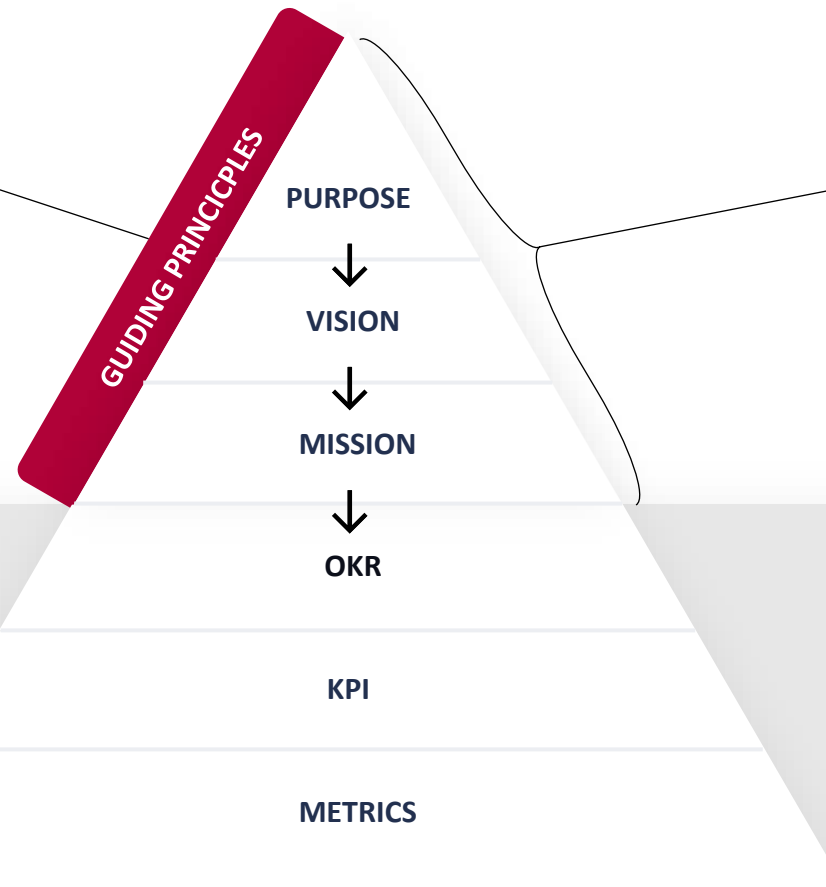
# „PVM“ und Guiding Principles sind die Basis der Digitalstrategie

## Guiding Principles

operationalisieren PVM und dienen als plankenartige Leitlinien (Guardrails) für tägliche Entscheidungen.

## „PVM“

bildet das strategische Rückgrat einer Organisation und gibt langfristige Orientierung sowie klare Zielrichtung vor.



# Projektorientierung braucht einen klaren Rahmen

Thema	Erläuterung	Beispiel
<b>Purpose</b>	Übergeordnete Orientierung, warum wir überhaupt unterwegs sind.	Ziel bleibt stabil, auch wenn sich Route oder Prioritäten ändern.
<b>Vision</b>	Wir kennen unser langfristiges Ziel.	Beispiel: Waren weltweit pünktlich und kostengünstig ausliefern.
<b>Mission</b>	Gemeinsames Verständnis darüber, wohin wir als Nächstes steuern.	Beispiel: Erster Halt: New York.
<b>Guiding Principles</b>	Gemeinsames Verständnis darüber, welche Werkzeuge und Regeln wir nutzen.	Beispiel: Boot, Segel, Navigationsregeln.
<b>OKRs (Objectives &amp; Key Results)</b>	Machen Fortschritt messbar und helfen zu entscheiden, wann und warum wir nachjustieren müssen.	Beispiel: Erster Hafen „Island“ in 20 Tagen, mit Geschwindigkeit X Knoten und zwei Stopps in England.
<b>Ownership</b>	Verantwortliche entscheiden laufend, wie genau wir das Ziel erreichen, wo wir stoppen und wie wir reagieren müssen.	Tägliche Entscheidungen und Anpassungen auf dem Weg.

# Guiding Principles sind die Operationalisierung von „PVM“ und geben strategische Orientierung für die Organisation

## 1 PURPOSE

beschreibt das **WARUM**, den Sinn unseres Handelns  
„Nicht der Berg ist es, den wir bezwingen – sondern uns selbst.“

## 2 VISION

Beschreibt das **WOHIN**, d.h wo wir in 5 Jahren stehen wollen bzw. was wir konkret erreichen möchten  
„Wir wollen alle Himalaya-Gipfel besteigen.“

## 3 MISSION

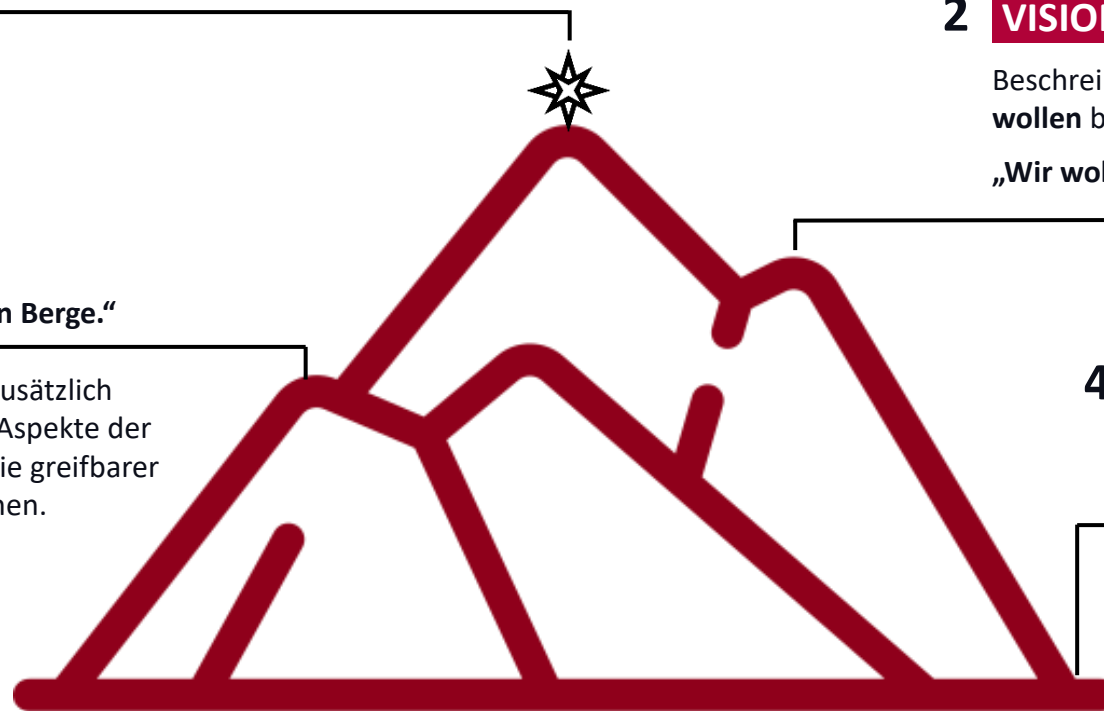
beschreibt **WAS** wir tun  
„Wir erklimmen die höchsten Berge.“

Mission Statements können zusätzlich Werte, Überzeugungen oder Aspekte der Arbeitskultur enthalten, um sie greifbarer und anschlussfähiger zu machen.

## 4 GUIDING PRINCIPLES

leiten **wie** wir uns auf dem Weg verhalten  
„Wir halten zusammen und unterstützen uns gegenseitig.“

Guiding Principles sind ein festes Regelwerk. Sie wirken als Leitplanken für tägliche Arbeit und Entscheidungen.





*Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit*