

3.4 Die Weg/Resultat-Matrix

Die Vereinigung der Resultat-Struktur mit der Weg-Struktur führt zur Weg/Resultat-Matrix. Dieser zweidimensionale Ansatz bietet einen sehr guten Zugang zum Prinzip der Projektstrukturierung und fördert das Verständnis des Projektes, in vielen Fällen auch den Prozess der Projektstrukturierung, auf hervorragende Weise.

Projekt- vorbereitung	Weg				Resultat/ Sachgebiet
	Vorstudie	Konzept	Realisierung	Pilots	
Start- Bereitstellung (Lern- & Go-live)	Modellbau sowie erste Bewertung	Partner suchen und anfragen; Opa- Modell konzeptionelles Verständnis ab- schließen	Organisation Phase 2 designen; Regelbildungsprozess erarbeiten	Organisation 2 umsetzen	Organisations- modell + Partner
	Erste Bildung Wissensgebiete erarbeiten (Projektstrategie)	Aggregierte Lernfälle entwickeln; Wissens- strukturen konzipie- ren; Prozessma- trix erstellen; Modell für Content Partner entwerfen	–	Erstentwürfe in Standard anbei- ten	Standards + Methoden systematisieren
Erstplanung Erstkontakt mit Stakeholdern	Gründungs- gespräche (Lern- & Go-live)	Automatisierungs- möglichkeiten unter- suchen	Content (Partner- Anfrage)	Auftragsklärung; Objekt umsetzen; pilotieren; vertreiben	Produktion
	Erstplanung Erstkontakt mit Stakeholdern	Gedankenaustausch er- halten + positionieren mit Content Part- ner gewinnen	Content (Partner- Anfrage)	Weitere Content Partner gewinnen; weiteres lösen erarbeiten; Content- umfang spezifizieren; Know- ledge transferieren	Wissensgebiete + Content Partner
Anfang für Vorstudie	Spezifische Teil-Anforder- ungen definieren	Technische Plattform fordern; Business verknüpfen; Anforderungen erstellen; Abwech- slungsreiches Content parieren	Techn. Plattform nutzen; auch SaaS; Flexibilität erhöhen; Inno- vations; Ziel Partner anerkennen	Acquieszenz- feedback bewert- en und umset- zen	Technik + eCommerce
	Umfragen und Anfragen mit Stakeholdern erhalten; Ideen für Vertriebs- modelle und Marketing maßnahmen	Marketingstrategie entwickeln; Marko- ingstrategie er- stellen; Content Ma- trix erstellen	Marketingstrategie entwickeln; Content Matrix und plat- form; Vertriebs- modelle erstellen	Erste Marketing- maßnahmen umsetzen; Marke- tingprozess an- passen	Marketingmass maßnahmen umsetzen; Marke- tingstudien erstellen
Anfang für Vorstudie	Gründer Business- modell entwerfen Vision entwickeln	Finanzielle Vertriebs- partner entwickeln	Vertriebspartner gewinnen	Vertriebspartner gewinnen; Con- trolling durch- führen; Vertriebs- maßnahmen umsetzen	Sales + Consulting
	Gründer Business- modell entwerfen Vision entwickeln	Businessplan entwerfen; Finanzierungs- möglichkeiten untersuchen	Finanzierungs- partner suchen	Finanzierung umsetzen	Finanzierung + Controlling
Anfang für Vorstudie	Gründer Business- modell entwerfen Vision entwickeln	Erste Kontakte mit Investoren + VPs	KVP (Marketing- events) entwickeln	Massnahmen schrittweise umsetzen	Gesellschaftliche Ebene

Abb. B.3.4 Weg-/Resultatmatrix für HyperWeb

[Download B 3.4.xls](#)