

# Digitale Standortbestimmung



# DIGITAL WHEREABOUT



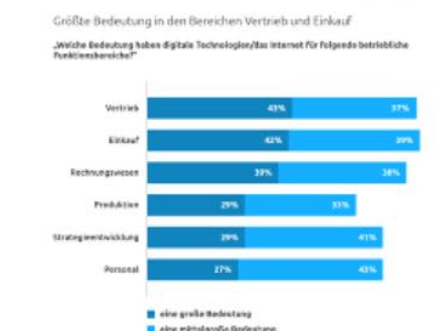
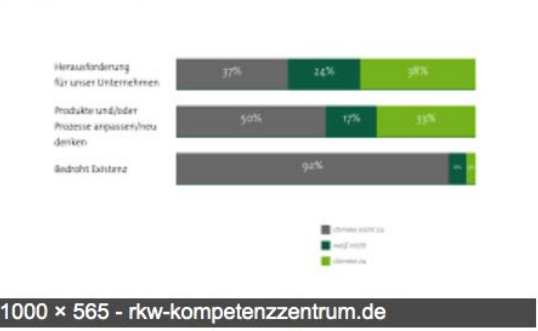
### Kurzstudie: Chance & Challenge – Digitalisierung im Mittelstand

Wie nutzen Sie die Digitalisierung für Ihre Unternehmensentwicklung?



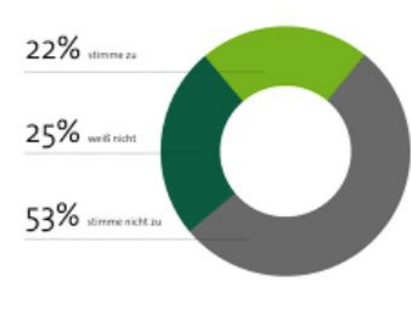
1. Digitalisierungsstufe: Grundlegend	<ul style="list-style-type: none"> <li>interiores Internet</li> <li>Homepage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PC</li> <li>FAX</li> <li>automatisierte Datenverarbeitung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grundbuchsysteme</li> </ul>
2. Digitalisierungsstufe: Vernetzte Informationen und Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> <li>mobiles Internet</li> <li>Internetanwendungen für Information und Kommunikation</li> <li>Externe Social Media (z.B. Blog)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anbieter großer Datenbanken</li> <li>Cloud-Computing</li> <li>Interne Social Media (z.B. Wiki)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Strategie</li> <li>Organigramm</li> <li>Prozesskatalog</li> <li>Organisationsstruktur</li> <li>Strukturkatalog</li> </ul>
3. Digitalisierungsstufe: Vernetzte Produkte und Dienste	<ul style="list-style-type: none"> <li>Geschäftsmodelle basierend auf digitalen Produkten und Diensten</li> <li>Apps</li> <li>Industrie 4.0</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Industrie 4.0</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wissensbasis</li> </ul>

Anmerkung: Die Basis produktionsebenen wurden im Rahmen der Untersuchungsbefragung nicht erhoben.

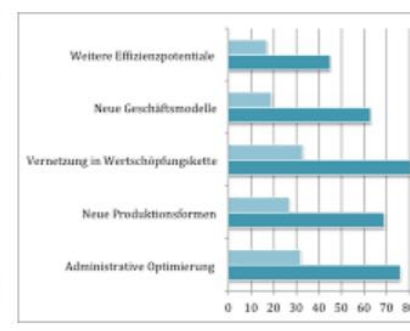
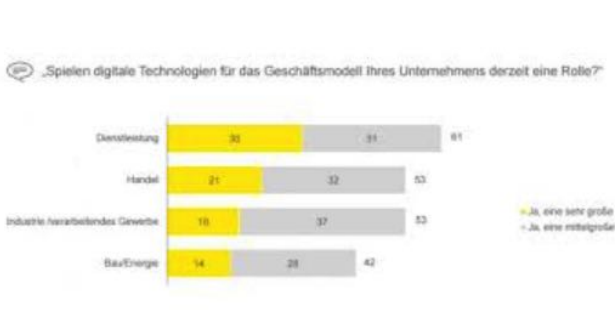


# Eine erschlagende Vielfalt an Studien und Ratschlägen

Google Suche: studie digitalisierung mittelstand



Management im Wandel: Digitaler, effizienter, flexibler!



## 8 Verwendete Studien/Quellenangaben

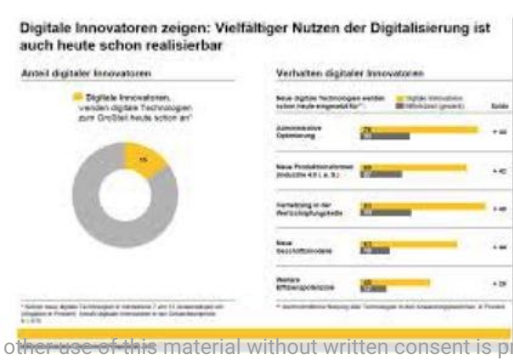
## Digitalisierung im deutschen Mittelstand

Befragung von 3.000 mittelständischen Unternehmen in Deutschland

März 2016

### Die Studie im Kontext – eine kritische Würdigung

Die Digitalisierung ist ein Prozess, der sich über einen längeren Zeitraum erstreckt und von verschiedenen Faktoren beeinflusst wird. Die Studie zeigt, dass die Digitalisierung im Mittelstand noch in den Anfangsstadien steht, aber ein hohes Potenzial für Wachstum und Effizienzsteigerung hat.



### FORESIGHT IM MITTELSTAND

Ergebnisse der Studie 2008 und Ergänzung 2011

Klaus Bunnister und Kai Jönck (Zukunft The Foresight Company)



# Was ist eigentlich Digitalisierung?





# Vielleicht nur ein Mythos?

- **Digitization**
- **Digitalization**
- **Digital Transformation**



# Erklärungsansatz für „Digitalisierung“

In der englischen Sprache gibt es drei Begriffe für „Digitalisierung“



## 1. Digitization

= etwas Analoges digitalisieren

## 2. Digitalization

= einen Prozess oder Vorgang digitalisieren

## 3. Digital Transformation

= eine Wertschöpfungskette digitalisieren



# Status Quo Deutsche Unternehmen

Digitalisierung kann man verschieden auffassen und es lassen sich Unterschiede in der Umsetzung feststellen.

1

## VORREITER

Es gibt wenige digitale Vorreiter, die das Thema Digitalisierung bereits erfolgreich umfassend angehen und Umsatz- und Profitabilitätssteigerungen aufgrund von neuen Produkten und Dienstleistungen sowie von verbesserten Abläufen und Prozessen vorweisen können.

2

## TEILDIGITALISIERER

Ein Großteil der Unternehmen beschränkt sich aufgrund des Missverständnisses, dass Digitalisierung in erster Linie nur mit IT zu tun haben, auf die technologisch-digitalen Handlungsfelder in der Unternehmens-IT.

3

## VERWEIGERER

Ein gutes Viertel der Unternehmen hält bislang Distanz zum Thema, sei es aufgrund einer gewissen Skepsis gegenüber dem gehypeten Begriff „Digitalisierung“ oder aufgrund eines mangelnden handhabbaren Ansatzpunkts für das eigene Unternehmen.








ORDER

CHAOS



The background is a photograph of an industrial manufacturing process, likely glass or metalworking, with glowing red molten material and complex machinery. A large, semi-transparent blue circle is centered over the image, containing the main text. Several smaller, semi-transparent circles in shades of blue and grey are scattered around the main circle.

# Wie analog oder wie digital ist Ihr Produkt?

...oder Ihre  
Dienstleistung?





# Produkt / Service / Dienstleistung

Der Kern eines Unternehmens ist das, was es an monetarisierbarem Mehrwert schafft.

- Was ist Ihr Produkt / Ihre Dienstleistung und welche Komponenten davon sind analog oder digital?
- Gibt es Bereiche Ihrer Wertschöpfung, die digitalisiert werden können?
- Gibt es Bereiche Ihrer Wertschöpfung, die durch digitale Technologien erweitert oder verbessert werden können?
- Gibt es neue digitale Produktmöglichkeiten?



# Digitale Produkte und Dienstleistungen

Beispiele für rein digital produzierte und distribuierte Produkte / Dienstleistungen.

## B2C: Netflix



- **Netflix** hat sich von einem Online-Video-Verleihdienst zu einem vollständig digitalisiertem Unternehmen entwickelt.
- Produktion, Marketing, Vertrieb und Customer Care finden rein digital statt.
- Das Geschäftsmodell von Netflix ist dadurch zumindest technisch grenzenlos skalierbar, nur begrenzt durch ggf. vorhandene regionale Regulation und/oder Rechte.

## B2B: SaaS / z.B. SAP



- **SAP** bietet seine Software als Service und damit die Möglichkeit, sich dauerhaft mit einer aktuellen und sicheren Softwarelösung auszustatten.
- Die gesamte Dienstleistung, der Mehrwert, der beim Kunden ankommt ist digital.
- Hardwarekomponenten des Systems kommen sind im Preis einkalkuliert.
- Die Abrechnung der Dienstleistung erfolgt nach Anzahl der Anwender und nach Leistungsumfang.



# Ein Strukturierungsansatz

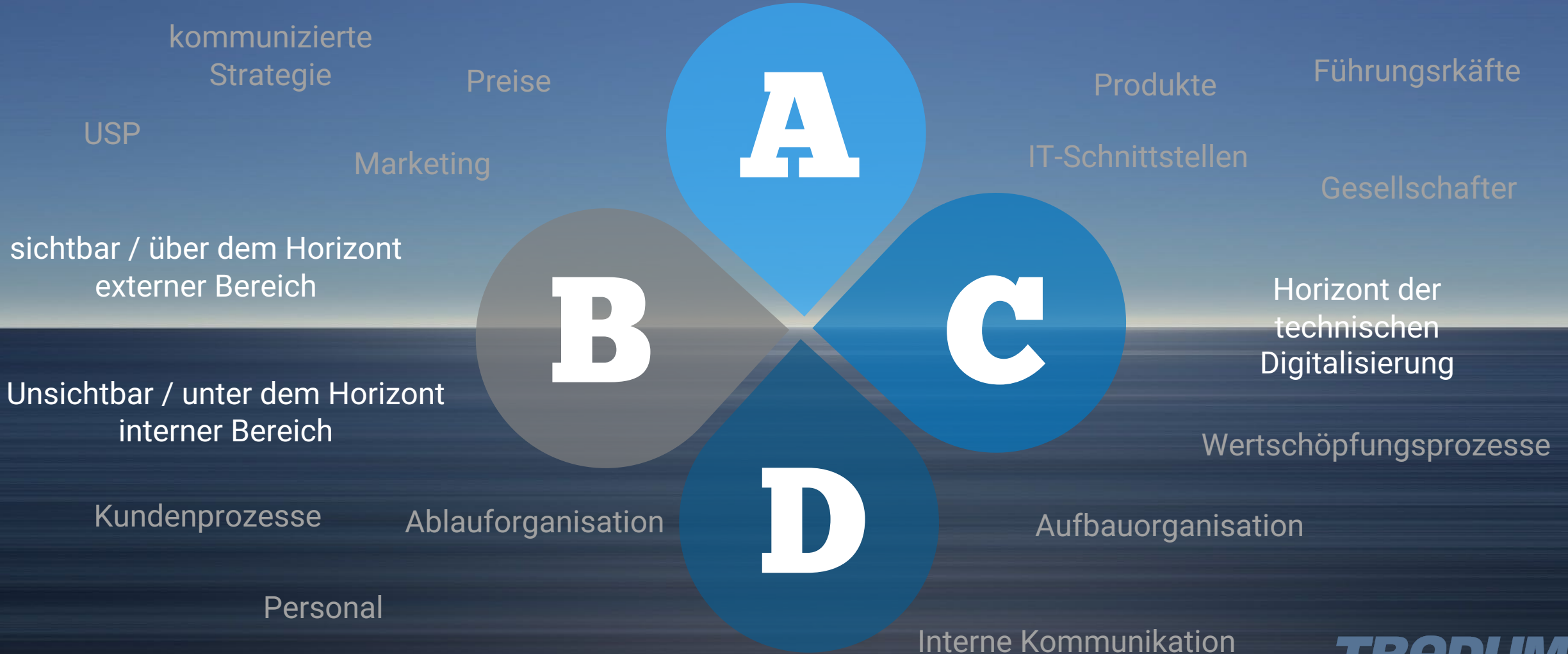
Grundlage: die Balanced Scorecard





# Die digitale Standortbestimmung

The Digital Whereabout – ein Ansatz, wie man Digitalisierung sortieren und priorisieren kann.



# A - Das Geschäftsmodell

Oder wie lässt sich mit Digitalisierung mehr und neuer Umsatz machen?



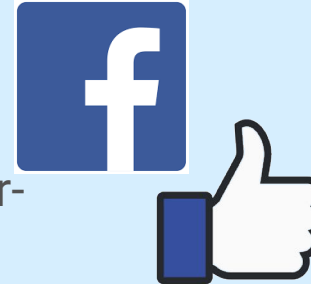
## A - Geschäftsmodell

Wie verdient Ihr Unternehmen sein Geld? Welchen Teil Ihrer Wertschöpfung monetarisieren Sie und ist dieses Geschäftsmodell skalierbar?

### B2C: Facebook

#### Analoge Vorgänger:

- Jahrbuch / Mitgliederverzeichnis
- Schwarzes Brett / Anzeigen
- Digitales Geschäftsmodell:
- All-in-One Networking Plattform für soziale Interaktion und Kommunikation.
- Wertschöpfung durch Verwertung von sozialen Profilen für Marketing / Werbung / Vertrieb.



### B2B: Rolls Royce

#### Power by the Hour

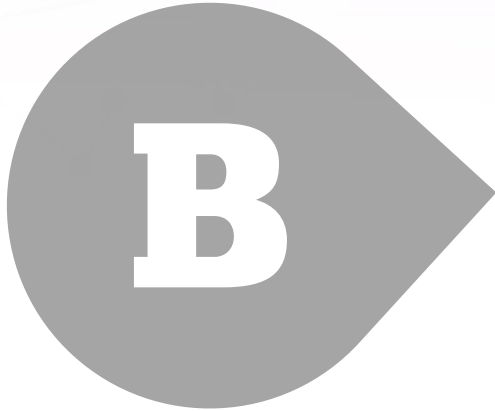
- Wechsel von Verkauf eines Triebwerks zum nutzungsabhängigen Vermieten eines Flugzeug-Antriebssystems.
- Bereits seit 1962 !!!
- Durch Internet of Things / Online angebundene Sensoren heute mit Echtzeit-Datenerfassung.
- Dadurch nicht Abrechnungs- und Leistungs-Daten, sondern auch Predictive Maintenance möglich.





# B - Kundenzentriertheit

Oder wie lässt sich mit Digitalisierung mehr und neuer Umsatz machen?



## B – Kundenzentriertheit

Wie sehr sind Ihre Kunden digital eingebunden? Sind Sie als Unternehmen, Ihre Produkte und Dienstleistungen transparent im Sinne von nachvollziehbar für Ihre Kunden?

### B2C: Amazon



#### Everything Online:

- Online Buchhandel → Online Vollsortimenter → Online Vertriebsplattform
- Logistik-Unternehmen
- Amazon Music, Prime Video
- Amazon Alexa
- Volle Transparenz über den Bestellprozess, Bestellhistorie, Auslieferungsstatus setzt Standards für Endkundengeschäft, aber auch für B2B Plattformen.

### B2B: GE Plastics



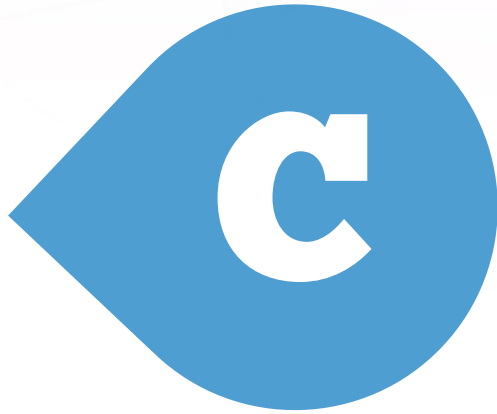
#### Poylmereland

- Early 90s – Jack Welsch  
GE Plastics invests in Proxicom
- 1994 – first GE Plastics Web Site
- 1999 – eBusiness first –  
„Destroy your own business!“
- Polymereland: Disruption der eigenen kaskadenartigen Vertriebsstruktur durch direkten Online-Vertriebskanal, eines umfangreichen und transparenten Online-Kataloges, ein Customer Services Portal, sowie eine interaktive Entwicklungsplattform.



# C - Wertschöpfungskette

Oder wie lässt sich mit Digitalisierung mehr und neuer Umsatz machen?



## C - Wertschöpfungskette

Wie weit ist Ihre gesamte Wertschöpfungskette auch über Ihre eigenen Unternehmensgrenzen hinaus durchgehend digitalisiert? Haben Sie Ihre Lieferanten und Partner integriert und zu einem reaktionsfähigen virtuellen Ganzen zusammengefügt?

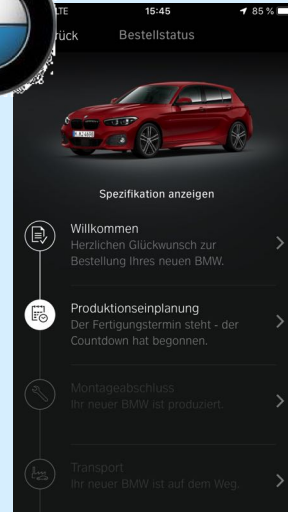
### B2C: BMW

#### Produktionsplanung

- Erwartungshaltung Kunde präzises Lieferdatum

#### Voraussetzung:

- durchgängige Daten-grundlage über den gesamten Fertigungsprozess.
- Integration aller internen und externen Zulieferer von Komponenten.
- Plattform zur Integration und Auswertung dieser Daten



### B2B: GKN

#### Management Dashboard

- Visibilität aller Produktions-relevanten Daten in einer Management Applikation (iPad)
  - Aufbau eines zentralen Data-Warehouses mit allen Daten aller Standorte
  - Einbinden externer Datenquellen wie Wechselkurse, wirtschaftliche Entwicklungen, Rohstoffpreise
- Volle Transparenz über IST Zustand bis auf Maschinenebene und über zukünftige Entwicklung.





# D - Unternehmenskultur

Oder wie lässt sich mit Digitalisierung mehr und neuer Umsatz machen?



## D - Unternehmenskultur

Geben Sie Ihren Mitarbeitern die notwendige Transparenz und wird diesen die Zusammenarbeit durch innovative Organisations- und Führungsmodelle, mittels digitaler Kollaborations-Tools und vor Allem durch eine offene Führungskultur leicht gemacht?

**B2C: RPR Gruppe**

**RPR**  
Unternehmensgruppe

### Transformation der Organisation:

Herausforderung:

1. Änderung des Medien-Nutzerverhaltens insbes. der jüngeren Generationen
2. Digitalisierung der Produktion
3. Wegfallen bestehender Berufsbilder, Reduktion der Einnahmen (Werbung)

Lösung → Langfristig angelegter Kulturwandel, Transparenz, Einbindung der MA ...

**B2B: kloeckneri**

**kloeckner.i**

### Aufbau Innovationseinheit

Herausforderung:

1. Stahlproduktion <> Digital
2. Wandel der Arbeitskultur
3. Neue Geschäftsgebieten und Marktzugangsmöglichkeiten

Lösung: Aufbau einer separaten Innovationseinheit, in der neue, „digitale“ Unternehmenskultur gelebt wird. → B2B Marktplatz für Stahlprodukte



# Die digitale Standortbestimmung

The Digital Whereabout – ein Ansatz, wie man Digitalisierung sortieren und priorisieren kann.

## A - Geschäftsmodell

Wie verdient Ihr Unternehmen sein Geld? Welchen Teil Ihrer Wertschöpfung monetarisieren Sie und ist dieses Geschäftsmodell skalierbar?

## B – Kundenzentriertheit

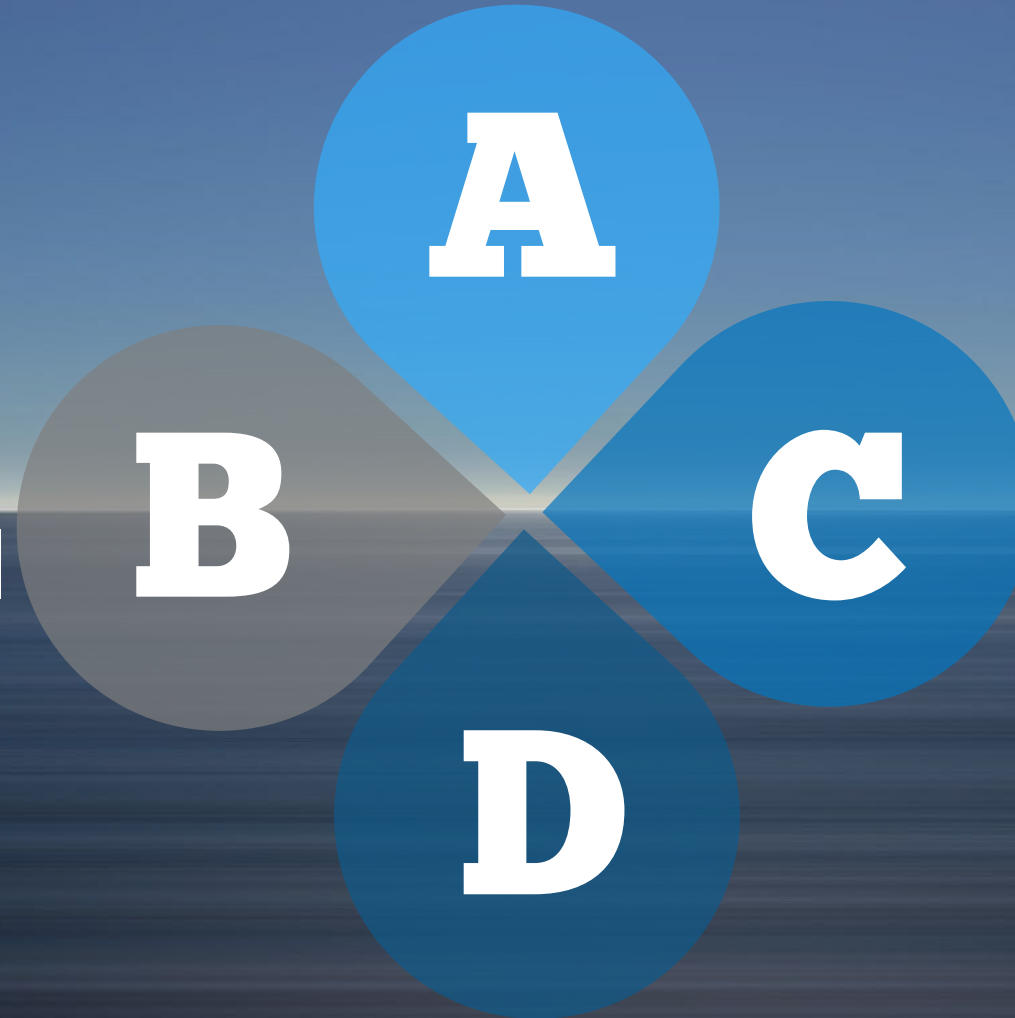
Wie sehr sind Ihre Kunden digital eingebunden? Sind Sie als Unternehmen, Ihre Produkte und Dienstleistungen transparent im Sinne von nachvollziehbar für Ihre Kunden?

## C - Wertschöpfungskette

Wie weit ist Ihre gesamte Wertschöpfungskette auch über Ihre eigenen Unternehmensgrenzen hinaus durchgehend digitalisiert? Haben Sie Ihre Lieferanten und Partner integriert und zu einem reaktionsfähigen virtuellen Ganzen zusammengefügt?

## D - Unternehmenskultur

Geben Sie Ihren Mitarbeitern die notwendige Transparenz und wird diesen die Zusammenarbeit durch innovative Organisations- und Führungsmodelle, mittels digitaler Kollaborations-Tools und vor Allem durch eine offene Führungskultur leicht gemacht?



# Workshop: Digitale Standortbestimmung

Verstehen, wo man steht, welche Handlungsoptionen bestehen, was für Möglichkeiten sich ergeben

- Bestandsaufnahme der bestehenden Aktivitäten & Projekte
- Zuordnung zu den 4 Dimensionen der Digitalisierung
- Ideation / Entwicklung weiterer Ansätze und Ideen
- Priorisierung der Themen
- Budgetierung und Einstielen der Projekte





Before I die I want to ride the Gondola Vercors/Mythenquai

Before I die I want to be blissfully in love

Before I die I want to visit the 1000s of hours

Before I die I want to METON W/M

Before I die I want to GET MARRIED

Before I die I want to SHOOT SOME COKE

Before I die I want to LIVE

Before I die I want to HARRY POTTER

Before I die I want to GOLF

Ziel:

# Ziel: Priorisierte Liste der Projekte



# Agile, Lean, SCRUM

Digitalisierungsprojekte umsetzen heißt neue Projektmanagement und Produktentwicklungs-Methoden zu verwenden





# Erfahrungshintergrund



**AC** Andersen  
Consulting

**PROXICOM**

**gedas**  
your IT partner

**BenQ**  
SIEMENS

**tyntec**

**TMI**  
TelcoMobile International

**99tastes**

**pixel  
plant**

**DIGITALHUB.DE**

**digitalhub**  
cologne

**TRADUM**  
better business



# André Panné



**TRADUM.**  
better business ●



# *Digital Whereabout – Die vier Dimensionen der Digitalisierung*

**André Panné**

**Organisationsberatung, Supervision,  
Coaching**

ISSN 1618-808X  
Volume 26  
Number 2

Organisationsberat Superv Coach  
(2019) 26:215-226  
DOI 10.1007/s11613-019-00601-2



<https://rdcu.be/bxgHU>



**SPRINGER NATURE**





TRADUM GmbH  
André Panné

+49-171-7821869  
andre.panne@tradum.de

[www.tradum.com](http://www.tradum.com)

@BizDevAngel

