

Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

Digitalisierungsstrategie **NOW**

Competence Center Digitalisierung
Dr. Wieselhuber & Partner GmbH



0 Warum?

Weltweit versuchen in fast allen Branchen Unternehmen ihre Geschäftsmodelle mit Hilfe digitaler Technologien weiterzuentwickeln – sowohl evolutionär wie auch revolutionär d.h. disruptiv. Dieser disruptive Ansatz setzt auf Geschäftsmodellinnovation, häufig verbunden mit der Zielsetzung, Branchen fundamental zu verändern. Jedes Unternehmen muss sich auf diese Veränderungen einstellen, seine künftige Rolle in der Branche definieren und sein Geschäftsmodell gegebenenfalls anpassen.

Die Nutzung digitaler Technologien wie Online-Banking und -Shopping sind uns allen längst in Fleisch und Blut übergegangen. Industrielle Lösungen sind insgesamt weniger bekannt. Alle haben jedoch einen gemeinsamen Nenner: Den „Treiber“, den Kunden. Er will maßgeschneiderte, individuelle Produkte und Services, die Zeit einsparen, sinnvolle Zusatzfunktionen oder einfach Komfortgewinn bieten. Die Grundlage: Die Übersetzung von „Big Data“ in digitales Wissen. Mit diesen „Smart Data“ wird das „Digitalisierungsdomino“ angestoßen, denn die Kundenbeziehungen – vom Konsumenten über die komplette Branchenwertschöpfung hinweg – werden komplett transformiert. Interaktionen interner und externer Wertschöpfungspartner verändern sich massiv, bisher undenkbbare Leistungsangebote kommen auf den Markt, generieren neue Nachfrage und diese wiederum neue Leistungsangebote. Gerade in reifen Märkten eröffnet die Digitalisierung völlig neue Spielräume und damit Chancen zur Differenzierung im Wettbewerb. Die Marktmechanik ganzer Branchen wird umgeworfen und macht damit die Anpassung der Geschäftsmodelle und Strategien von Unternehmen dringend notwendig.



1 Wie?



Die Veränderungen gehen klar vom Kunden aus, der durch neue Kommunikationstechnologien fast unbegrenzte Freiheitsgrade hat und neue Anforderungen an Unternehmen stellt. Zudem verändert er so aktiv deren Prozesse und Arbeitsweisen. Dieser veränderten Kundenbeziehung, der neuen Branchenmechanik sowie den Potenzialen in den Prozessen muss die Unternehmensstrategie Rechnung tragen. Digitalisierung ist Bestandteil der Strategieentwicklung – kompatibel mit Kultur und Werten des Unternehmens.

Dabei geht es meist nicht gleich um eine grundsätzlich revolutionäre Neudefinition des Geschäftsmodells – vielmehr ist es oft ausreichend und sinnvoller, bestehende Elemente evolutionär zu digitalisieren. Auf Kundenseite schaffen sie Mehrwert durch zusätzlichen Nutzen, firmenintern werden die Prozesse effizienter und schlanker. Konsequenz: Neue Leistungsangebote wie z.B. internetfähige Konsumgüter oder zustandsbasierte Instandhaltung sowie Effizienzgewinne wie z.B. durch schnelleren Auftragsdurchlauf, reduziertes Working Capital und bessere Reagibilität.





2 Was tun?



Standort und Reifegrad im digitalen Wandel bestimmen

Können durch Digitalisierung neue Produkte und Services entstehen, die eine Differenzierung im Markt ermöglichen? Oder ist die Auswirkung der Digitalisierung auf Effizienzgewinne in den unternehmens-internen Prozessen beschränkt? Wird die Auswirkung etwa eine Kombination aus beiden Effekten sein?

Nur wenn diese Fragen klar beantwortet sind, lässt sich der digitale Reifegrad des Unternehmens bestimmen, vor dem Hintergrund der spezifischen Strukturen und Anforderungen der Branche. Und noch viel wichtiger: Es wird klar, wohin sich das Unternehmen konkret entwickeln muss. Entsprechend können dann Ressourcen auf entscheidende Erfolgsfaktoren gebündelt werden und versickern nicht in unnötigen Prozessen.



3 Was tun?



Mitarbeiter für digitale Veränderungen sensibilisieren - gemeinsam Ziele und Optionen entwickeln

Welcher digitale „Reifegrad“ ist künftig notwendig, um nachhaltig Wettbewerbsvorteile zu generieren, sich kosteneffizient im Markt zu differenzieren? Diese Frage ist sowohl aus der Eigensicht durch die Mitarbeiter als auch durch Benchmarks und Wettbewerbsvergleiche zu beantworten. Das sensibilisiert die Mitarbeiter für notwendige Veränderungen. In interdisziplinären, hierarchieübergreifenden Analyse- und Konzeptions-Workshops können Optionen entwickelt, aber auch ihre Risiken bewertet werden. Ideen von innen und außen, Analogien und Beispiele aus anderen Branchen – also der vielzitierte „Blick über den Tellerrand“ – liefert hier den besten Input. Chancen, Effekte, aber auch konkrete strategische bzw. operative Veränderungen werden damit deutlich.





4 Was tun?



Konzepte ableiten – durch optimale Entwicklung der digitalen Reifegrade die künftigen Erfolgsfaktoren treffen

Wie können zusätzliche Marktpotentiale und Effizienzgewinne durch höhere digitale Reifegrade realisiert werden? Welche Investitionen sind dafür erforderlich und welcher Mix an Reifegraden trifft die Erfolgsfaktoren und Branchenanforderungen am besten?

Im Team aus Mitarbeitern des Unternehmens und Externen werden Antworten auf diese Fragen erarbeitet. Dies erfolgt durch die Bewertung von alternativen Optionen – quasi wie auf einer Landkarte bei der Auswahl des besten Weges zum Ziel.

Auch die Realisierung erfolgt interdisziplinär und ganzheitlich. Der richtige Einsatz digitaler Techniken erfordert häufig neue Denkweisen, die sich fundamental von denen bisheriger IT-Projekte unterscheiden. Deshalb ist es entscheidend, die Mitarbeiter wirklich ins Boot zu holen, ihnen die notwendigen Veränderungsschritte transparent zu machen und auf diese Weise mentale bzw. emotionale Barrieren abzubauen.



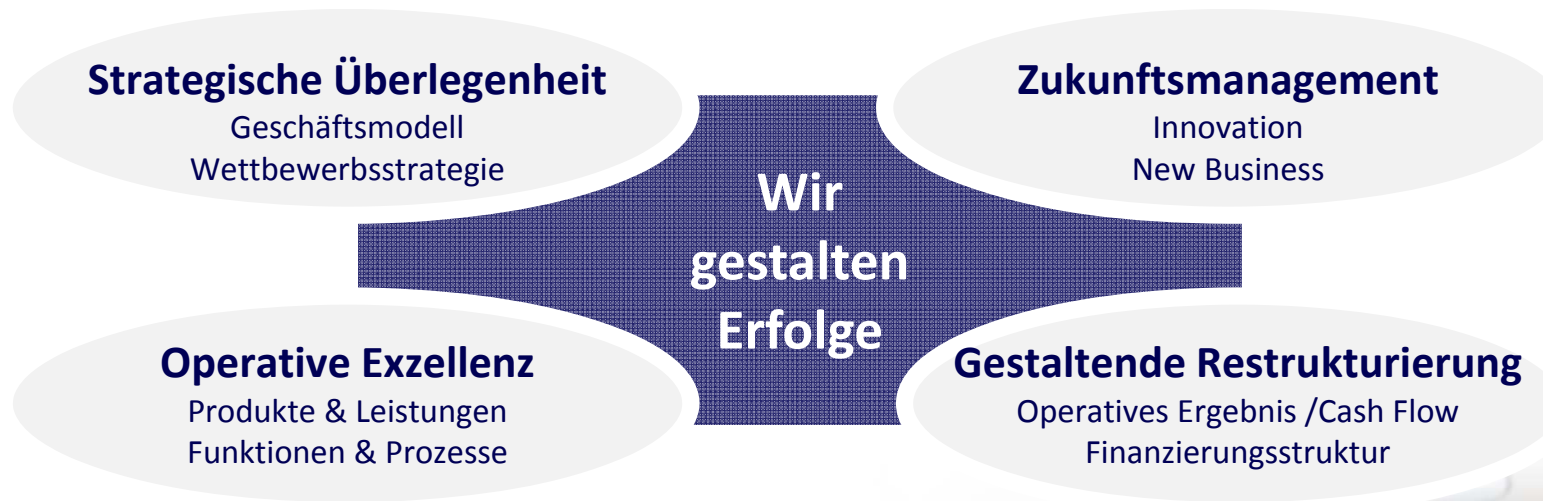
5 Alternativen?

Die bestehende Alleinstellung abschirmen, die Marktposition isoliert, ohne Anpassung „analog“ verteidigen? Das ist keine Lösung. Wegschauen und Wegdiskutieren helfen nicht – der digitale Wandel ist Realität.

Viele Dinge verändern sich „im Kleinen“, ohne Vorankündigung und Vorwarnung – zeigen aber nachhaltige Wirkung. Es geht also darum, Digitalisierung richtig im Unternehmen, gegenüber den eigenen Mitarbeitern zu „positionieren“, als Chance zu begreifen, das unternehmensspezifisch Richtige zu extrahieren und in die künftige Erfolgsstory einzubinden.



6 Perspektiven für Ihren Erfolg



Beratungskompetenzen

- Strategie
- Innovation & New Business
- Führung & Organisation
- Marketing & Vertrieb
- Operations
- Restrukturierung & Finanzierung

Branchenkompetenzen

- Industriegüter
- Elektro & Bauzulieferer
- Chemie & Kunststoffe
- Konsumgüter
- Handel & Dienstleistung
- Pharma & Medizinprodukte



7

Dr. Wieselhuber & Partner im Profil



Gründung

1986

Managing Partner

- Prof. Dr. Norbert Wieselhuber
- Dr. Volkhard Emmrich
- Johannes Spannagl
- Dr. Timo Renz

Partner

Volker Riedel

Standorte

München, Düsseldorf, Hamburg

Mitarbeiter

80

Zielgruppe

- international tätige, führende Inhaber-Unternehmen unterschiedlicher Branchen/ Betriebsgrößen sowie
- Sparten und Tochtergesellschaften von Konzernen

Beratungs-fokus

- Steigerung von Wettbewerbsfähigkeit, Ertragskraft und Unternehmenswert
- Unternehmenssanierung und Krisenbewältigung



www.wieselhuber.de



Ihr Ansprechpartner



Oliver Völlinger

Mitglied der Geschäftsleitung

voellinger@wieselhuber.de

+49 (0)89 286 23 141

+49 (0)151 551 359 63

www.wieselhuber.de

© Dr. Wieselhuber & Partner GmbH 2015

Bildmaterial: W&P, shutterstock, fotolia



Dr. Wieselhuber & Partner (W&P) ist eine unabhängige, branchenübergreifende Top-Management-Beratung für Familienunternehmen sowie öffentliche Institutionen. Im Fokus der Beratungsleistung stehen die unternehmerischen Gestaltungsfelder Strategie und Innovation, Führung und Organisation, Marketing und Vertrieb, Operations sowie die nachhaltige Beseitigung von Unternehmenskrisen durch Restrukturierung und Finanzierung. Mit Büros in München, Düsseldorf und Hamburg bietet Dr. Wieselhuber & Partner seinen Kunden umfassendes Branchen- und Methoden-Know-how und zeichnet sich vor allem durch seine Kompetenz im Spannungsfeld von Familie, Management und Unternehmen aus.

Als unabhängige Top-Management-Beratung vertreten wir einzig und allein die Interessen unserer Auftraggeber. Wir wollen nicht überreden, sondern geprägt von Branchenkenntnissen, Methoden-Know-how und langjähriger Praxiserfahrung überzeugen. Und dies jederzeit objektiv und eigenständig.

Unser Anspruch ist es, Wachstums- und Wettbewerbsfähigkeit, Ertragskraft und Unternehmenswert unserer Auftraggeber nachhaltig sowie dauerhaft zu steigern.

STRATEGIE

INNOVATION & NEW BUSINESS

FÜHRUNG & ORGANISATION

MARKETING & VERTRIEB

OPERATIONS

RESTRUKTURIERUNG & FINANZIERUNG



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

info@wieselhuber.de
www.wieselhuber.de