

Digitalisierungs-Check



für kleinere und mittlere Unternehmen (KMU)

BESCHREIBUNG

Kleine und Mittlere Unternehmen (KMU) haben die Chancen der Digitalisierung erkannt, verhalten sich aber zurückhaltend oder abwartend, die damit verbundenen Chancen und Potenziale zu heben. Kostensteigerung und Produktivitätssteigerung stehen bei ihnen stattdessen im Vordergrund - Innovationen oder gar die Entwicklung digitaler Strategien werden bewusst vernachlässigt. Fragt man nach den Gründen, so werden Komplexität und Geschwindigkeit der technischen Entwicklungen, hohe Investitionsbedarfe und signifikante Sicherheitsbedenken als wesentliche Gründe für das passive Agieren genannt. ¹

In verschiedenen mit mittelständischen Unternehmen durchgeführten Projekten konnte hingegen gezeigt werden, dass es oftmals nur eines kleinen Impulses bedarf, um aus eigener Kraft neue Wege unter Nutzung digitaler Technologien zu gehen. Die Grundlage hierfür bildet ein strukturierter Prozess, beginnend bei der Bestandsaufnahme, der klaren Herausarbeitung heutiger und zukünftiger Herausforderungen des Unternehmens bis hin zur Ideenfindung und ggf. Skizzierung von Projekten zur Entwicklung neuer Lösungsansätze.

DIGITALISIERUNG: DIE CHANCEN ÜBERWIEGEN!!

Diverse zum Thema Digitalisierung mit Unternehmen geführte Gespräche zeigen immer wieder Problem- und Risikobereiche auf, die bspw. wie folgt zum Ausdruck gebracht werden:

- „Uns fehlt die Zeit, sich mit diesen Themen zu beschäftigen.“
- „Das ist doch alles nur ein Hype!“
- „Uns fehlen die notwendigen IT-Kenntnisse.“
- „Wir haben keine Softwareentwickler.“
- „Wie sicher sind unsere Daten in der Cloud?“

Wissenschaftlich durchgeführte Studien bestätigen gleichermaßen die hiermit ausgedrückten Ängste und Bedrohungen. Gleichzeitig ist es unbestritten, das bestehende Geschäftsmodelle immer mehr in Frage gestellt werden, oder anders ausgedrückt „Der Digitale Wandel ist schon angekommen“. Digitale Vorreiter etablieren bereits heute erfolgreich neue, innovative Lösungen und sichern sich damit nicht nur höhere Marktanteile sondern drängen – teilweise aggressiv – in etablierte Märkte. Dies betrifft alle Branchen, auch wenn wir dies so noch lange nicht in voller Ausprägung wahrnehmen und mit Sicherheit erst am Anfang der angesprochenen Umbrüche stehen. ²

¹ Siehe hierzu bspw: „Management im Wandel: Digitaler, effizienter, flexibler!“, Studie der Commerzbank AG, Mai 2015

² Als aktuelles Beispiel sei die Finanzbranche genannt: die etablierten Finanzinstitute werden massiv von den sogenannten ‚Fintechs‘ herausgefordert - oftmals kleine startups, die bspw. das Anlagegeschäft für Privatanleger neu definieren und revolutionieren wollen.

Digitalisierungs-Check

für kleinere und mittlere Unternehmen (KMU)



KERNINHALTE DES DIGITALISIERUNGS-CHECK:

Das Ziel des Digitalisierungs-Checks ist es Möglichkeiten, Maßnahmen und Wege zu finden, wie das Unternehmen in der „Digitalen Welt“ weiterhin erfolgreich ist.

Der Digitalisierungs-Check ist modular aufgebaut und wird in einem Vorgespräch mit dem Kunden individuell geplant, sowie darauf aufbauend vorbereitet. Der Check wird in Form eines max. 5-Tages-Workshops durchgeführt. Je nach Notwendigkeit wird ein weiterer Branchenexperte hinzugezogen. Von Kundenseite sollten Entscheider, „Vordenker“ und „Betroffene“ (bspw. Vertrieb, Entwicklung), aber auch ‚Talente‘ teilnehmen. Die Anzahl der Teilnehmer sollte bei max. 12 Personen liegen, um ein effizientes, zielorientiertes Arbeiten zu ermöglichen. Die erzielten Ergebnisse werden dokumentiert und 2 Wochen nach Abschluss des Workshops in einem professionell aufbereitetem Dokument übergeben (in Buchform gebundenes Dokument).

Die folgenden Kerninhalte werden in dem Workshop adressiert:

- Identifikation der heutigen und künftigen Herausforderungen des Unternehmens. Erhebung des aktuellen Digitalisierungsstatus.
- Anwendung einer geeigneten Methodik (bspw. „Design Thinking“³ zur Ideengenerierung möglicher Veränderungen und Transformationen).
- Bewertung der Ideen hinsichtlich Umsetzbarkeit, Chancen und Risiken. Portfoliobetrachtung, Zusammenarbeitsmodelle und Entwicklung einer möglichen Roadmap.
- Erarbeitung konkreter, umsetzbarer Vorschläge / Maßnahmen, welche die unternehmerische Positionierung und die zukünftige Unternehmensentwicklung unterstützen
- Fokus auf die unternehmerische Sicht / Geschäftsprozesse und –Modelle. Disruptive Veränderungen der Geschäftsmodelle bzw. Technik sind wichtig, sollten aber als unterstützendes Element gesehen werden.
- Betrachtung von Realisierung der identifizierten Maßnahmen. Erfolge müssen auch kurz- oder mittelfristig möglich sein => Identifikation von „Quick Wins“.
- Optional: Diskussion zu einer Begleitung von sich hieraus ergebenden Folgeprojekten, die sich aus dem erarbeiteten Maßnahmenkatalog ergeben.

INTERESSE

Weitere Informationen erhalten sie bei uns auf dem Messestand oder kontaktieren sie Herrn Frank Waible direkt unter: frank.waible@connectingpeopleonline.com

³ Moderner Ansatz zum Lösen von Problemen oder zur Entwicklung neuer Ideen. Siehe bspw: Tim Brown; „Design Thinking“ in: Harvard Business Review, Juni 2008

Digitalisierungs-Check



für kleinere und mittlere Unternehmen (KMU)

BEISPIELE: ZWEI ERFOLGREICH DURCHGEFÜHRTE REFERENZPROJEKTE

Als Beispiel sollen kurz anonymisiert zwei erfolgreich durchgeführte Projekte skizziert werden. Beide Projekte wurden 2015 durchgeführt. Der Digitalisierungs-Check lieferte nicht nur für alle beteiligten Parteien konkrete, verwertbare Ergebnisse. In beiden Fällen konnten bereits Folgeprojekte gestartet werden, die das Ziel haben, die identifizierten Ansatzpunkte in Prototypen überzuführen sowie auf dem Markt zu pilotieren.

A) GESCHÄFTSMODELLTRANSFORMATION EINES FÜHRENDEN TORHERSTELLERS

Ein auf Fertigung und Vertrieb von professionellen Hallentoranlagen fokussierter mittelständischer Torhersteller (Familienunternehmen, internationale Kunden, Fertigung ausschließlich im Inland) hat entschieden, seine Strategie zu überdenken. Wettbewerbsdruck, sinkende Margen aber auch ein stagnierendes Wartungsgeschäft sind Gründe für diese Entscheidung. Im Rahmen des durchgeführten Digitalisierungs-Checks konnte sehr schnell eine grundsätzliche, visionäre Fragestellung entwickelt werden: „Was wäre, wenn wir in Zukunft nicht mehr die Toranlage sondern die Öffnung/Schließung des Bauwerks bzw. den gesicherten Zugang zum Bauwerk verkaufen würden?“ Weiterhin wurden in den Check junge, talentierte Mitarbeiter (maßgeblich Auszubildende, duale Studenten) eingebunden.

Die in den neuen Gedanken beinhaltete Service-Transformation wurde nun detailliert aufgearbeitet, und schnell konnten als umsetzbare Lösungsszenarien „Predictive Maintenance“ sowie neue Angebotsmodelle für einen gesicherten Gebäudezugang identifiziert werden. Die dafür notwendig werdende Digitalisierung der elektrischen Komponenten (wie Einbau der notwendigen Sensorik und Vernetzung des Torantriebs) werden nun ebenfalls prototypisch implementiert und mit großer Wahrscheinlichkeit künftig serienmäßig angeboten. Parallel werden neue Service-Modelle ausgearbeitet mit dem Ziel, den Kunden verbesserte Produkte und Lösungen anzubieten, wie bspw. eine erweiterte Garantie der Leistungs-verfügbarkeit.

B) VERBESSERTES KUNDENBEZIEHUNGSMANAGEMENT IM VERTRIEB HOCHWERTIGER INVESTITIONSGÜTER

Einer der führenden Einkaufsverbände Deutschlands in der Bad- und Sanitärbranche sowie die daran angeschlossenen Vertriebspartner und Aussteller stehen heute ebenfalls einem stetig zunehmenden Wettbewerb gegenüber. Nicht zuletzt ist es das Internet, welches immer mehr Möglichkeiten bietet, auch diesen Markt zu adressieren. In der Konsequenz wird die sogenannte Badausstellung weniger frequentiert oder lediglich als Ideenpool genutzt. Schlussendlich findet der Kauf dann über das Internet, über die ausführenden Handwerksbetriebe oder die großen Baumärkte statt. Im Digitalisierungs-Check

Digitalisierungs-Check

für kleinere und mittlere Unternehmen (KMU)



musste das Kundenbeziehungs-management völlig neu durchdacht werden, wozu unter anderem auch die Betrachtung des emotionalen Moments beim Kauf (das sogenannte ‚Käuferlebnis‘) zählte.

Der Ausstellungsbesuch wurde völlig neu überdacht und statt dem einmaligen, punktuellen Besuch ein neues Konzept entwickelt, welches den (mehrmaligen) Besuch in allen Phasen (vor dem Besuch/Vorbereitung, eigentlicher Besuch und Nachbereitung) adressiert. Die Nutzung des kundenseitigen Smartphones wurde ebenfalls integriert (bspw. zur „Mitnahme“ von weiteren Informationen initiiert über an den Bädern bzw. Komponenten angebrachte QR-Codes) wie auch die nachhaltige Betreuung des Kunden über ein verbessertes Kennenlernen der individuellen Bedürfnisse und Möglichkeiten. Die hierzu notwendig werdende Investition in Technik ist verschwindend gering im Vergleich zu den oftmals hochpreisigen Badkomponenten. Auch in diesem Fall werden die Ergebnisse des Digitalisierungs-Checks nun schrittweise implementiert und pilotiert.