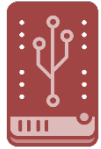




**MITTELSTAND GOES DIGITAL!  
DIGITALE STRATEGIE FÜR DEN MITTELSTAND**

# WAS BEDEUTET EIGENTLICH DIGITALISIERUNG?

## DEFINITION: DIGITAL, DIGITALISIERUNG UND DISRUPTIVE TECHNOLOGIEN



**Digital** beschreibt **elektronische Technologien, die Daten generieren, speichern und verarbeiten**. Es wird als Synonym für die Anwendung von digitalen Technologien im Geschäfts- und privatem Kontext verwendet.



**Digitalisierung** ist der Prozess der **Anwendung von digitalen Technologien** für externe Kundenprozesse, interne Unternehmensprozesse und Geschäftsmodelle.

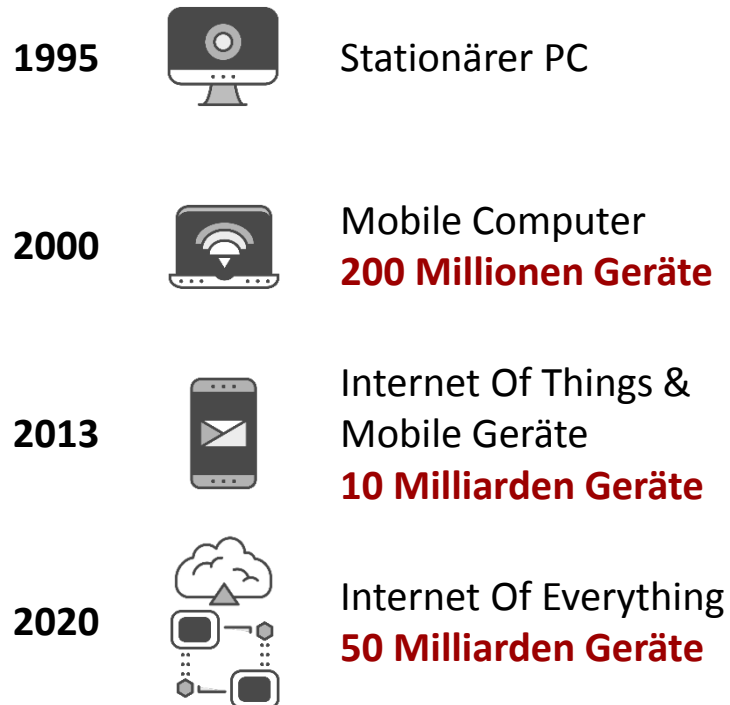


**Disruptive (digitale) Technologien** sind neuartige technologische Entwicklungen, die **signifikante Änderungen weltweit** antreiben, z.B. Cloud, Internet of Things, 3D-Druck.

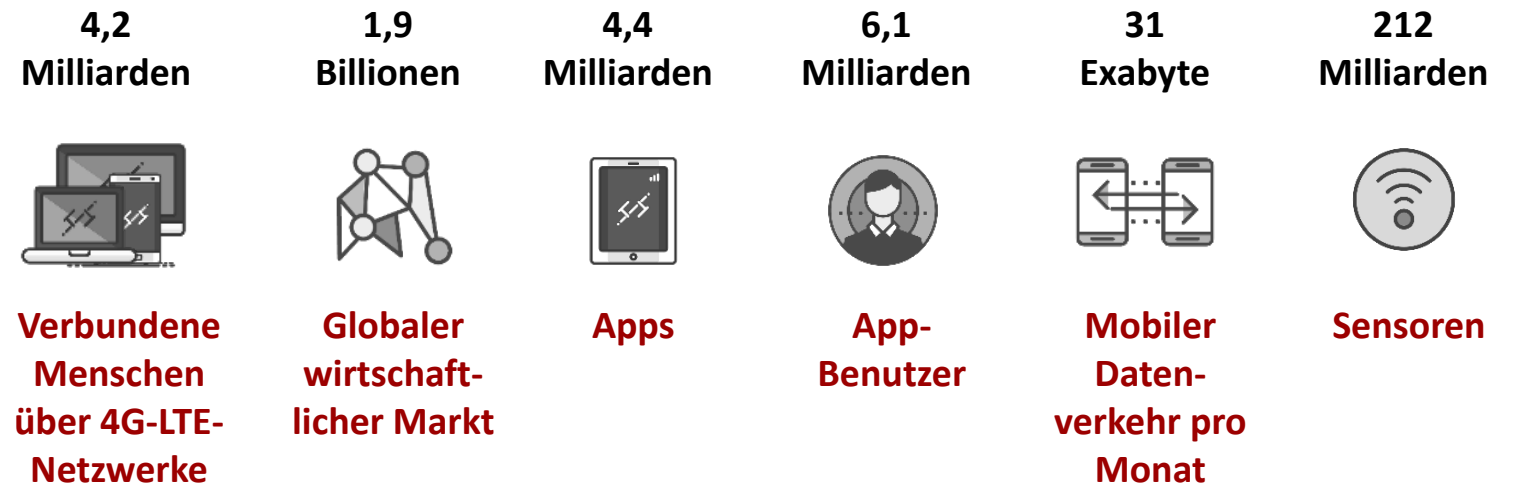
# DIE DIGITALISIERUNG SCHREITET IMMER SCHNELLER VORAN

## TREIBER 1: DIGITALER TRAFFIC

### Entwicklung Geräte - weltweit



### 2020 - Vernetzt und voller Sensoren



Quelle: BITKOM / Fraunhofer Institut, Cisco, Gartner, BCG, IDC, Ericsson

1 Terabyte = 1.000 Gigabytes / 1 Petabyte = 1.000 Terabytes / 1 Exabyte = 1.000 Petabytes

# DIE RECHENLEISTUNG STEIGT TROTZ SINKENDER KOSTEN RAPIDE

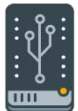
## TREIBER 2: KOSTEN FÜR SCHLÜSSELTECHNOLOGIEN



**Aktive RFID tags** – ab 15€  
**Passive RFID tags** – ab 0,10€



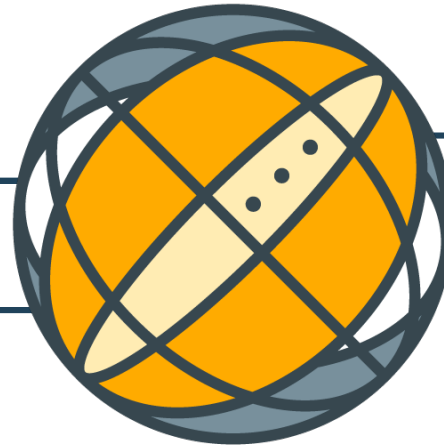
**Tablets (10 Zoll)** – unter 50€



**1 Terabyte Cloud-Speicher**  
– unter 10€ / Monat



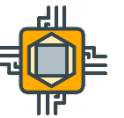
**Cloud Microsoft Office**  
– unter 7€ / Benutzer



**Prozesssensoren** – ab 50€



**Mikroprozessoren** – unter 10€  
Tausendmal mehr Transistoren  
pro Chip als vor 20 Jahren



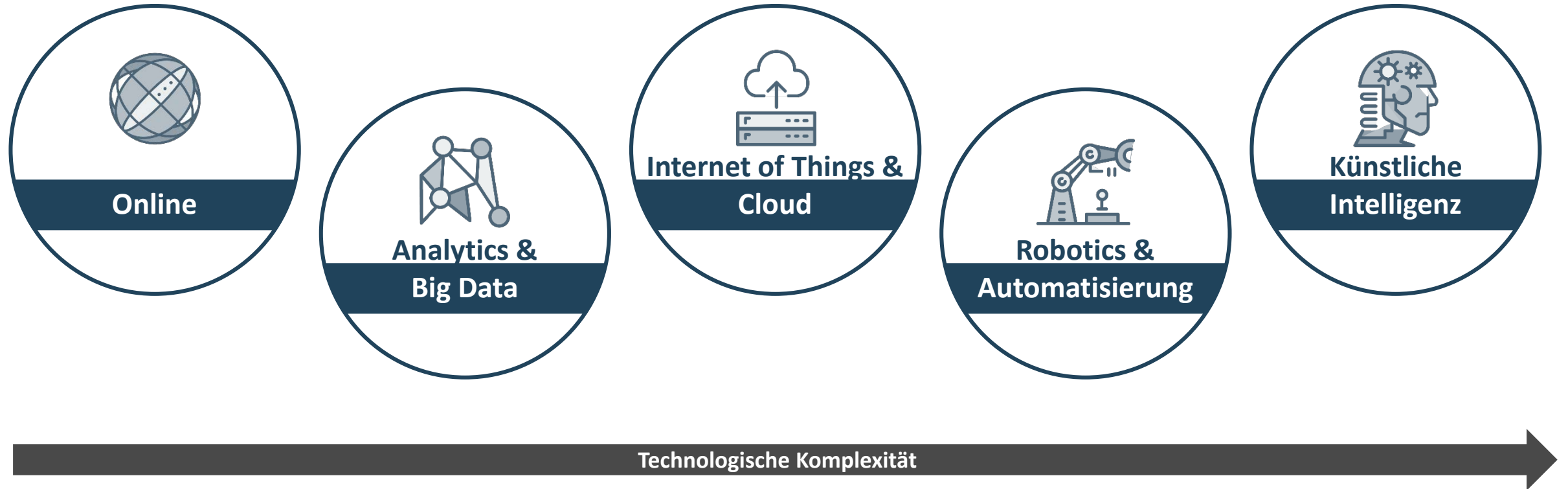
**Supercomputer** für große  
Datenanalysen sind um den  
Faktor 1 Mio. schneller als vor 20  
Jahren – beim gleichen Preis



Quelle: Weissman Research

# VIELSEITIGE TECHNOLOGIEN SIND FÜR DEN WANDEL VERANTWORTLICH

## ÜBERSICHT KERN-TECHNOLOGIEN DER DIGITALISIERUNG



# MITTELSTÄNDLER STEHEN NEUEN DIGITALEN HERAUSFORDERUNGEN GEGENÜBER

## FRAGEN UNSERER KUNDEN

### Typische Herausforderungen

**Welche digitale Strategie verfolgen wir für unser Geschäftsmodell? Wie gut sind wir darauf vorbereitet?**

**Wohin entwickelt sich die Wertschöpfung in unserer Branche? Welche Märkte sollten wir erschließen?**

**Wie organisieren, messen und vermitteln wir digitalen Erfolg?**

**Wie setzen wir welche digitalen Maßnahmen bis wann um?**

### Typische Fragen

- Welche neue Wettbewerber, Geschäftsmodelle, Technologien und Trends werden mein Unternehmen beeinflussen?
  - Welche digitalen Fähigkeiten müssen wir als erstes aufbauen? Wo sind unsere größten Lücken?
  - Welche bisherigen Stärken können wir digital vermehrt ausbauen? Wo soll unser Fokus liegen?
  - Wie sieht eine digitale Gesamtstrategie für die nächsten 7-3-1 Jahre aus? Wo können wir ‚Quick Wins‘ erzielen?
- 
- Wie können wir an neuen digitalen Märkten teilnehmen (neue Produkte / Dienstleistungen)?
  - Welche neuen digitalen Partnerschaften / Akquisitionen müssen wir in Betracht ziehen?
  - Wer sind die neuen Marktteilnehmer / Start-ups, die wir im Blick haben müssen?
  - Wie integrieren wir neue digitale Leistungen in unser bestehendes Geschäft?
- 
- Wie organisieren wir uns um besser und schneller mit neuen Produkten, Prototypen und Geschäftsmodellen arbeiten können?
  - Welche neuen Entscheidungsprozesse brauchen wir um digital überleben zu können?
  - Wie messen und bewerten wir digitale Initiativen? Welchen Mehrwert erzielen wir?
  - Meine Mitarbeiter haben noch kein Verständnis für die Bedeutung von digital, wie kann ich sie ausbilden?
- 
- Wie gestalten sich unsere zukünftigen Meilensteine und unsere Roadmap?
  - Wer verantwortet die Umsetzung unserer Initiativen?
  - Setzen wir digitale Kompetenzen durch Eigenentwicklung, Partnerschaften oder Akquisitionen (insbesondere Start-ups) um?
  - Benötigen wir ein umfassendes Change Management?



# DIE FUNKTIONALE FÜHRUNGSEBENE HAT IHRE EIGENEN HERAUSFORDERUNGEN

## HERAUSFORDERUNGEN DER FUNKTIONEN



### Marketing & Vertrieb

- Wie verändern sich die Werte und Anforderungen unserer Kunden?
- Wie integrieren wir digitale Kanäle sinnvoll in unser Marketing?
- Wie verkürzen wir unsere ‚Time-to-market‘?



### Operations

- Was bedeutet Industrie 4.0 für uns? Was ist heute und morgen relevant?
- Welche Investitionen kommen auf uns zu?
- Wie erhöhen wir unsere Effizienz durch Digitalisierung in Produktionsprozessen?



### IT

- Hat die aktuelle IT-Organisation die Fähigkeit mit der neuen digitalen Strategie Schritt halten?
- Wie gehen wir mit Privatsphäre und digitaler Sicherheit um?
- Wie bereiten wir uns auf immer schnellere technologische Veränderungen vor?



### Personal

- Wie bekommen wir Zugang zu digitalen Kompetenzen? Können wir sie selbst aufbauen?
- Brauchen wir einen Chief Digital Officer? Wer kann diese Rolle einnehmen?
- Wie verändern sich unsere Rekrutierungs-Kanäle?

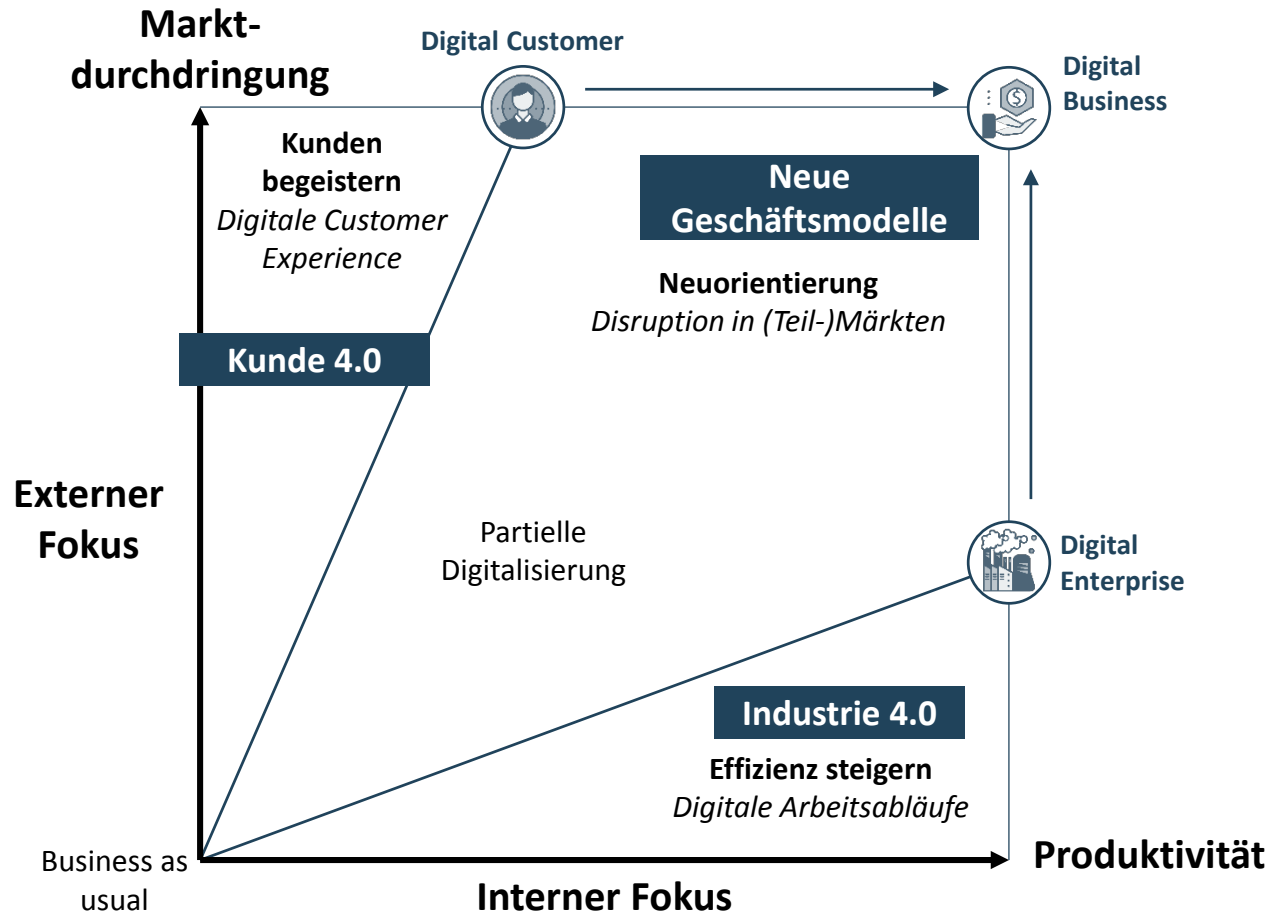


### Controlling & Finanzen

- Wie wirkt sich die Digitalisierung auf unsere finanzielle Performance aus?
- Wie verbessern wir unser Controlling durch Echtzeit-Informationen?
- Wie ermöglichen wir die schnelle und sichere Finanzierung von Investitionen?

# ZU BEGINN EINER DIG. STRATEGIE MÜSSEN HAUPTZIELE FESTGELEGT WERDEN

## MATRIX DIGITALE STRATEGIE



Quelle: Accenture Strategy

### Definitionen Hauptziele



#### Kunden begeistern

Anwendung digitaler Technologien um Kunden durchdacht und individuell anzusprechen



#### Neuorientierung

Auf digitalen Technologien basierende Optimierung oder Neuerfindung von innovativen und gewinnorientierten Geschäftsmodellen



#### Effizienz steigern

Anwendung digitaler Technologien auf interne Geschäftsprozesse um Effizienz und Produktivität zu steigern



# ...UND WERTTREIBER DEFINIERT WERDEN

## ÜBERSICHT WERTTREIBER DIGITALE STRATEGIE



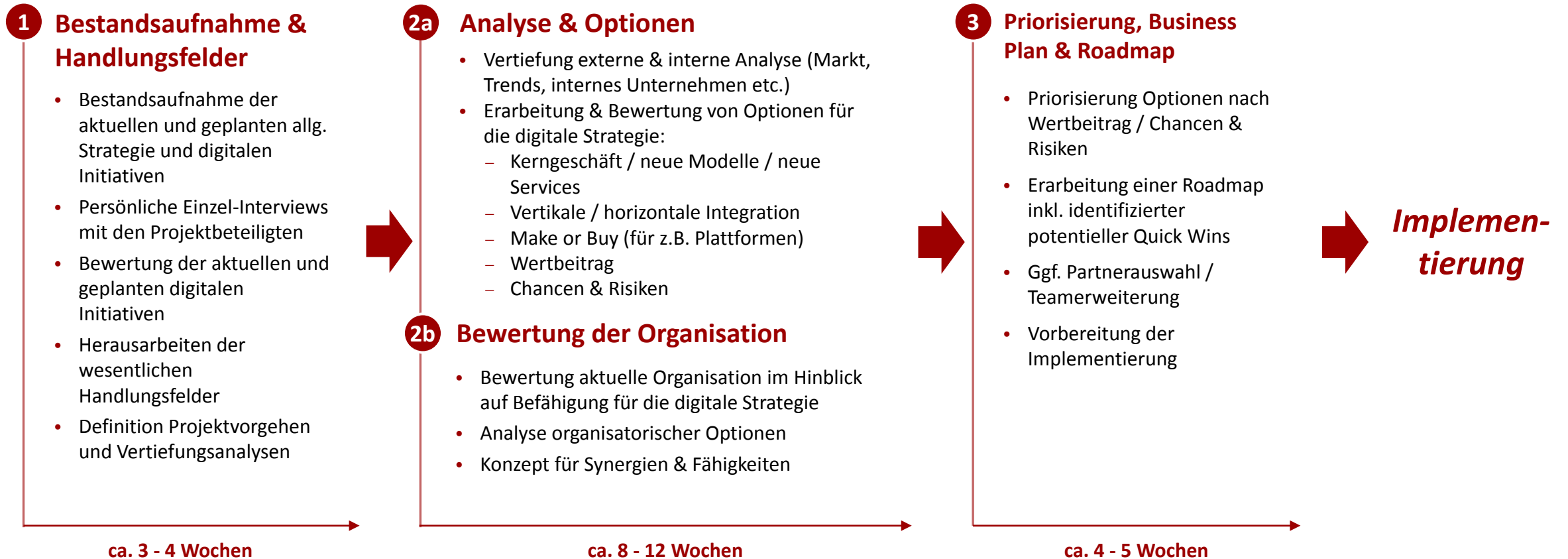
■ Werthebel 
   Ziele 
 ▶ Investitionen in digitale Fähigkeiten [Beispielhaft]

# DIGITALE KERN-FÄHIGKEITEN WERDEN ANALYSIERT UND BEWERTET

## ÜBERSICHT DIGITALE FÄHIGKEITEN



# EINE DIGITALE STRATEGIE KANN IN 3 PHASEN ERARBEITET WERDEN VORGEHEN



# KEIN UNTERNEHMEN IST GEGEN DIE DIGITALISIERUNG IMMUN

## BLICKWINKEL: MYTHOS UND REALITÄT

	Mythos		Realität
1	Digitalisierung ist vor allem bei der Wahrnehmung des Kunden relevant	➤	Es existieren große Möglichkeiten bei Effizienz & Produktivität
2	Digitalisierung ist in erster Linie für Technologie-Branchen oder B2C wichtig	➤	Möglichkeiten existieren in allen Industrien ohne Ausnahme
3	Möglichst viele digitale Initiativen bringen uns auf den richtigen Weg	➤	Eine Fokussierung auf die Top-Initiativen treibt den Erfolg
4	Die Digitalisierung findet hauptsächlich durch die IT statt	➤	Business & IT-Zusammenarbeit sind Kern
5	In unserer Branche können wir warten und sehen wie sich Digital entwickelt	➤	Es gibt in jeder Branche digitale Vorreiter





**PHILIPP KUHLMANN**  
**SENIOR PROJEKTLIMITER**

**M:** kuhlmann@weissman.de

**T:** +49 170 947 01 51

**A:** Weissman & Cie. GmbH & Co. KG

Längenstraße 14

90491 Nürnberg

[www.weissman.de](http://www.weissman.de)